Référence :
Jeanne-Perrier, Valérie, Le Cam, Florence et Pélissier, Nicolas, (2005), « Les sites web d'auto-publication : observatoires privilégiés des effervescences et des débordements journalistiques en tous genres », in Ringoot, Roselyne et Utard, Jean-Michel, (dir.), *Le journalisme en invention, nouvelles pratiques, nouveaux acteurs,* Rennes, Presses Universitaires de Rennes, pp. 161-202.

Chapitre 5

Les sites web d'auto-publication : observatoires privilégiés des effervescences et des débordements journalistiques en tous genres

Valérie JEANNE-PERRIER
Florence LE CAM
Nicolas PÉLISSIER

Le phénomène de l'auto-publication a fait, sur ces quelques dernières années, l'objet de nombreux articles de presse, et a plus généralement trouvé une chambre d'écho favorable au sein des médias. S'arrêter sur ce phénomène est intéressant car l'interaction entre genres, catégories de journalisme et types de médias est particulièrement mise en évidence par le développement foisonnant de sites internet regroupés sous l'étiquette de " webzines " ou de " weblogs "[1]. Ces derniers ne sont ni tout à fait des pages personnelles ni tout à fait des forums améliorés, se situant tantôt aux marges des confessions insolites des journaux intimes ou des observations minutieuses des carnets de bord des ethnologues ou des publications scientifiques des chercheurs, tantôt à celles des éditoriaux d'opinion des grands titres de presse.

Cette période de mise en publicité du phénomène, et notamment des *weblogs* – ces sites publiés par des individus ou des collectifs, ayant traversé une phase de grande popularité – se situe entre le début 2000 et la mi-2004. Sur ces presque quatre ans, les médias traditionnels, et principalement la presse, présentent et " digèrent " le phénomène. Les premiers articles portant sur les *weblogs* sont essentiellement nord-américains. Certains réactivent l'idée selon laquelle un " nouveau " média, lié à l'internet, en donnant naissance à un nouveau journalisme, risquerait de dévorer ou de tuer les médias anciens (Levy, 2002), pendant que d'autres mettent l'accent sur la construction de communautés et la possibilité pour tous de s'exprimer, ouvrant à partir d'internet, une nouvelle ère de démocratisation.
En France, la presse traite ponctuellement de ces sites, notamment à l'occasion du début de la seconde guerre en Irak et lors du démarrage de la campagne électorale 2004 pour la présidentielle aux Etats-Unis. L'emphase est portée sur leurs contenus et le ton employé par leurs animateurs[2], présentés par les journalistes eux-mêmes comme de nouveaux types d'informateurs qui engendreront une nouvelle révolution démocratique, brisant le pouvoir " absolu " du système médiatique établi.

---

[1] Pour ne pas reprendre le discours circulant et construire des catégories scientifiques, nous avons mené un travail de repérage et de typologie qui nous a permis de poser la catégorie des " swapie ", sites web d'auto-publication d'information éthique. (Voir à ce sujet, pour le questionnement préalable à cette étude, Jeanne-Perrier, Le Cam, Pélissier, 2004). Nous reviendrons sur la description des *swapie* dans la première partie du texte.
[2] Le terme d'animateur de site Web est utilisé dans ce texte afin de conserver une certaine neutralité par rapport à l'usage de termes tels qu'éditeur, auteur, amateur ou encore journaliste.

La digestion médiatique, au niveau européen, s'effectue sur la même période, avec des variantes : le *weblog* est, à cette échelle, présenté comme un outil technique supplémentaire à maîtriser par les journalistes traditionnels. A titre d'exemple, un séminaire du centre européen de journalisme[3], qui se tenait du 22 au 23 avril 2004, intégrait les *weblogs* dans son programme portant sur " *les compétences essentielles pour rechercher des sources d'information sur l'internet* ".

Derrière leur simplicité apparente, les termes *webzine* et *weblog* recouvrent des réalités et des projets éditoriaux variés, un phénomène souvent globalisé, aux courants pourtant polymorphes. Ces sites nous indiquent, malgré leur marginalisation par certains grands médias qui leur dénient un quelconque intérêt en raison d'audiences jugées réduites, des évolutions en matière de genre. Ces indications sont soit directes, parce que *weblogs* et *webzines* sont " tenus ", " animés " par des journalistes qui se revendiquent comme tels, soit elles sont indirectes, parce que les sites sont mis en ligne par des non-journalistes, ne se réclamant donc pas du " métier ". On ne se focalise pas trop sur le journalisme, parce que justement, on affirme l'intérêt des pratiques hors champs…
Les transformations que nous allons mettre en évidence sont de plusieurs ordres : elles concernent les genres de textes, les pratiques journalistiques, le type de média. Cette série d'analyses est précédée d'une présentation de l'émergence des sites d'auto-publication et d'une proposition de typologie (première partie). Nous présenterons ensuite les aspects les plus généraux des sites pour montrer qu'ils constituent des portraits individuels ou collectifs, genre en fort développement sur l'ensemble des médias (deuxième partie), apportant des données sur les transformations du journalisme. Les auteurs de ces portraits tendent à mettre en œuvre des pratiques novatrices, qui engendrent des débordements du côté des identités journalistiques traditionnellement reconnues (Troisième partie).

Essai de cartographie d'un phénomène

Méthodologie[4]

Une étude de *Perseus Development* estimait à 4,1 millions le nombre de *weblogs* dans le monde en septembre 2003... Mais sur ces millions de créations, les deux tiers ne sont pas mis à jour depuis au moins deux mois, et un sur quatre n'a jamais été mis à jour après sa création (Fing, 2003). Un rapport du *Pew Research Center* (2003) indique d'ailleurs que le nombre d'internautes américains qui consulte les *weblogs* est si petit qu'il ne permet pas de parvenir à des conclusions statistiquement fiables[5]. L'auto-publication (expression désignant l'ensemble des avatars de ces sites) semble un phénomène en pleine expansion, mais relativement aléatoire et fragile. Son étude est encore peu répandue car elle pose des problèmes de différents ordres liés notamment aux difficultés de repérage des sites sur la Toile, de démasquage des identités des animateurs, et de compréhension des modalités de fonctionnement de ces sites. Il a donc fallu, pour les objectifs de cette recherche, mettre en place des outils et trouver des indices qui permettaient de repérer puis d'analyser ces sites d'auto-publication. Cette construction de la méthode s'ancre principalement dans une démarche d'ordre inductif, s'appuyant fortement sur l'intuition. La première approche d'un objet aussi neuf, mouvant et en construction ne peut pas être d'ordre hypothético-déductif. Pour appréhender un tel objet, il semble indispensable de traverser une phase de connaissance

---

[3] http://www.ejc.nl
[4] Les différentes remarques qui suivent sont issues du texte *Recherche de terrain sur les sites d'information en ligne. Parcours méthodologique* (Le Cam, 2003).
[5] Cette étude a été commentée dans un article : http://www.uzine.net/article1960.html.

approfondie du terrain. Il s'agit avant tout de repérer ce qui se passe, bien avant de poser des hypothèses sur l'objet[6]. Il s'agit aussi de mettre à distance les définitions émanant du milieu analysé ou les définitions préconçues par le chercheur à partir d'autres objets ou d'autres milieux mieux connus. Pour pallier ces difficultés, une recherche exploratoire du phénomène a été privilégiée, associant une phase de découverte du panorama général des sites d'auto-publication à la réalisation d'entrevues qualitatives et surtout à la mise en place d'une observation participante. L'implication personnelle a amené à développer une démarche réflexive, car créer et animer notre propre site permettait de mieux cerner l'objet de recherche. Un premier travail important de repérage des sites a donc été mené. Nous avons d'abord pris connaissance de l'existence des sites par différents canaux (les médias traditionnels et les lieux de discussion du sujet) et fait des recherches sur l'internet en utilisant des moteurs de recherche généralistes et spécialisés. La délimitation du terrain s'est effectuée en fonction d'une " sensation " intuitive de clôture du terrain (Comeau, 1994, p. 12). La démarche consiste souvent à un jeu de " saute-moutons " entre les sites, par le suivi des listes de liens vers des sites dits ou présentés comme " amis ". Le travail d'analyse a été ensuite restreint, notamment pour les mises en page et en forme, à l'analyse d'un temps T, choisi et photographié pour la recherche. Mais ce temps T doit être intégré et remis en contexte comme étant illustratif et pertinent d'une problématique plus générale. Plusieurs problèmes se posent quand il s'agit de proposer un panorama de sites : le flou des identités énonciatives, des repérages territoriaux et des réseaux de référence.

Ce travail de repérage sert à mettre en évidence la réalité et la pluralité des formes de sites, à ne pas gommer les différences entre eux. Plusieurs directions ont ensuite été prises pour l'observation et l'analyse du phénomène :

> 1- l'analyse de la mise en page et du contenu des sites, au moyen d'une sélection d'un échantillon de sites québécois et français et de la réalisation de deux cents fiches descriptives, ensuite synthétisées de manière quantitative[7].
> 2- l'analyse du discours et des pratiques des créateurs et rédacteurs de sites grâce à des entrevues qualitatives, menées auprès d'animateurs de sites au Québec.
> 3- une analyse en réception auprès de lecteurs, utilisateurs réguliers de l'internet, mais non impliqués dans un site fonctionnant selon les principes de l'auto-publication.

Ces différentes approches ne sont pas exclusives les unes des autres, elles ont, au contraire, été réalisées en parallèle. Simultanément, une quatrième piste a été suivie : l'observation participante. Pour pallier les difficultés d'observation des pratiques des animateurs de sites d'auto-publication, l'implication personnelle par (et dans) la création et la production d'un site a été privilégiée. L'idée était d'expérimenter le logiciel de publication, l'outil de mise en page, la diffusion de contenu, l'écriture, les modalités de diffusion et la construction du réseau. Un premier site a donc été créé sous le titre *Les coups de cherchouille de la petite brune. Grimoire d'une chercheuse en herbe*, en mars 2003. Cette création a été menée avec l'aide d'une personne-ressource, elle-même animatrice d'un site, *Les coups de langue de la grande rousse.* Le titre de notre site a permis d'établir une filiation directe avec le site de la personne ressource. Ceci a encouragé une reconnaissance par les autres animateurs, et a

---

[6] Ainsi, même s'il semble évident que toute recherche qualitative n'est jamais neutre, qu'elle ne préexiste pas à toute théorie, la démarche dans un sujet portant sur les sites en ligne doit tenter de " développer la compréhension des phénomènes au départ des patterns de données plutôt que de recueillir des données pour évaluer un modèle théorique préconçu ou des hypothèses a priori "(Mucchielli, 1996, p. 58).

[7] Cinquante fiches ont été retenues dans cette approche quantitative. Voir les synthèses sous forme de tableaux répartis selon quatre critères : la place du texte dans le site, l'image du site, la nature et la quantité des liens, la construction de marqueurs d'identité.

évidemment atténué les problèmes d'accès au terrain de recherche (Mann & Stewart, 2000, p. 87-91). En raison de problèmes techniques, le site a déménagé quelques mois plus tard, en juillet 2003, et a été baptisé simplement *Grimoire*[8]. Pour les fins de la recherche, l'identité et l'objectif de la création du *weblog* ont été définis sur le site même, en indiquant le nom de l'animateur, son statut, et la démarche d'observation participante[9]. Cette observation participante a permis de suivre le 'chemin' parcouru par les animateurs de sites d'auto-publication, journalistes ou non, de tenter de comprendre les rituels déjà établis par les animateurs dans la production, la mise en page, la fréquence de publication, les choix des sujets abordés, les liens vers les autres sites, etc. Cette observation participante est au fondement de la démarche exploratoire et intuitive adoptée dans cette recherche.

Panorama des sites d'auto-publication

Les sites d'auto-publication ressemblent, lors d'une première approche, à des pages personnelles ou à des formes évoluées de celles-ci[10]. Si la page personnelle se compose parfois de quelques éléments dits " multimedias " (des images animées ou non, un peu de son, rarement de la vidéo) visant uniquement à répondre à la question " qui je suis ? " (Chandler, 1998), les autres formes d'auto-publication s'apparentent davantage à des sites complets. Elles sont composées de plusieurs pages et permettent un niveau d'interaction avec le lecteur peu atteint par la page personnelle. Le repérage, puis la réalisation du panorama des sites présents sur le web au Québec et en France ont fait émerger diverses formes de sites d'auto-publication : les pages personnelles, les *webzines,* les *weblogs*, les *wikis*[11], etc. Deux formes de sites ont principalement retenu notre attention : les *webzines* et les *weblogs*.

Histoire courte

L'histoire de l'auto-publication ne débute pas, évidemment, avec la publication en ligne. Elle s'ancre dans des pratiques d'écriture plus anciennes, telles que celles des pamphlets, des magazines alternatifs, ou de la pratique des *Samizdat* qui permettait à des dissidents soviétiques de publier des écrits non-conformistes, diffusés officieusement. Elle provient aussi de la tradition des fanzines, petits magazines écrits par des individus ou des groupes restreints souvent irrévérencieux et spécialisés dans des sujets délaissés par les médias traditionnels (Wright, 2001, p. 30-37). Ils renvoient notamment aux fanzines de science-fiction des années 1930, à ceux spécialisés dans le *Rock and Roll* des années 1960, ou encore aux fanzines anarchistes, etc.

---

[8] http://www.flecam.com, mis en ligne par Pierre Lazuly.

[9] Cette présence, lorsque l'identité de l'animateur-observateur et son centre d'intérêt sont établis, permet de lever certains mystères et tensions relatifs à la recherche sur la communauté en ligne : " The *weblog* establishes an accepted online presence which proves that the researcher is real to the digital space and not just a visitor with no knowledge. An personnal online presence legitimates the online researcher much more efficiently than academic affiliation, flesh-world addresses or phone-numbers " (Mortensen & Walker, 2002, p. 250-251).

[10] Voir à ce sujet l'édition d'*Internet Actu nouvelle génération* du 29 avril 2004 et la présentation de Valérie Beaudouin, responsable du laboratoire Usages, Créativité, Ergonomie à France Télécom R&D, sur les pages personnelles (Guillaud, 2004).

[11] Les *wikis* sont définis par l'encyclopédie libre *Wikipédia* comme " un site web dynamique dont tout visiteur peut modifier les pages à volonté. Il permet donc de communiquer ses idées rapidement. (…) Le principe est simple : il s'agit d'un modèle coopératif de rédaction de documents. Concrètement, n'importe quel visiteur a la possibilité de modifier la page qu'il est en train de lire. Les modifications sont ensuite enregistrées et toutes les versions historiques restent accessibles (…). Ainsi, un premier animateur rédige un article, un second le complète puis un visiteur en corrige d'éventuelles erreurs " (http://fr.wikipedia.org/wiki/Wiki). Ces wikis n'ont pas été, pour l'instant, l'objet d'analyses dans cette recherche. Ils ne seront donc pas évoqués dans ce texte.

Les premiers *webzines* ou *e-zines* sont issus de cette tradition. Avec le développement de l'accès et des usages de l'internet, les animateurs de fanzines ont commencé à publier en ligne leurs magazines ou leurs feuillets afin de soulager les coûts d'impression et d'envoi de leurs magazines. Le terme d'*e-zine* utilisé, au départ, pour référer au transfert des fanzines sur support électronique, a progressivement qualifié, par défaut, les diverses publications électroniques, qui ne présentaient aucune caractéristique des *e-zines*, mais qui renvoyaient à la contraction du terme *electronic magazine* (Wright, 2001, p. 87). Les pratiques ont cependant été perpétuées : les " membres " rédigent des contributions individuelles, les envoient à un éditeur pour la mise en ligne de leurs articles et les partagent avec les autres rédacteurs. Ces sites sont publiés sur un ton personnel, de façon indépendante et participent à la culture *underground* et non commerciale.

Les premiers *weblogs*, quant à eux, ont été conçus comme des filtres de l'internet : ils sélectionnaient les informations les plus pertinentes et les complétaient par des commentaires de leur cru (Mortensen & Walker, 2002, p. 249). Ils auraient été réalisés, à l'origine, par des designers web ou des développeurs de logiciels (Paquet, 2002). Le premier *weblog* aurait été créé par Tim Berners Lee et intitulé *What's new.* Son site lui permettait de recenser et de répertorier les sites.

La paternité du nom n'est pas très claire. Les *weblogs* auraient été ainsi baptisés par John Barger (Paquet, 2002), en 1997 et/ou de " blog " par Peter Merholtz en 1999 (Mortensen & Walker, 2002, p. 254). Seuls vingt-trois *weblogs* étaient répertoriés au début de 1999 (Blood, 2000, p. 1).

Avec l'apparition et le développement des logiciels dédiés à ce type de sites et qui ont entraîné une explosion de leur nombre[12], les premières formes de *weblogs* qui se composaient d'un ensemble de liens, de commentaires et de notes personnelles, voient apparaître une nouvelle forme : le journal. Consacrés aux sentiments de l'animateur, ces journaux diffusent des pensées quotidiennes, des notes pour le week-end, de courtes réflexions personnelles (Blood, 2000, p. 3).

Actuellement, les *weblogs* (ou carnets, traduction francophone du terme *weblogs*) sont généralement des sites mis à jour régulièrement (le plus souvent quotidiennement), publications personnelles ou collectives, auxquelles s'ajoutent des commentaires (publiés par les lecteurs) et de liens vers l'extérieur du site. Les *weblogs* ne sont pas uniquement des répertoires de liens. Ils diffusent aussi de courts billets (*posts*), habituellement datés (jour et heure), et publiés dans l'ordre chronologique inversé (du plus récent au plus ancien).

Des formes différentes ?

Les différences entre les *weblogs* et les *webzines* sont de plus en plus ténues et renvoient parfois davantage aux dénominations utilisées par les animateurs eux-mêmes pour qualifier leur site. Cependant, la question de la forme reste l'indice le plus évident permettant de les différencier. Le *weblog* est publié par ordre chronologique inversé et habituellement composé de courts billets que les lecteurs peuvent commenter. Le *webzine*, quant à lui, est davantage hiérarchisé par thématiques et l'envoi de commentaires se concentre dans les forums. Les productions écrites sont souvent plus longues. La question de la temporalité de la production diverge aussi entre les deux formes : un *webzine* est rarement mis à jour tout au long de la journée ce qui peut arriver fréquemment sur un *weblog*. Finalement, les *webzines* semblent souvent davantage reliés à une volonté politique, militante, sociale. Les *weblogs* seraient davantage liés à des considérations personnelles, bien que certains d'entre eux sont fortement orientés politiquement. Franck Rebillard (2002) avait d'ailleurs souligné que deux grands

[12] A ce sujet, se reporter au paragraphe suivant de ce texte.

types d'expérimentation ont eu lieu au sein des *e-zines* (ou *webzines)* : d'une part, l'attachement à un idéal d'indépendance (en empruntant au modèle du journalisme d'opinion) et d'autre part, une dérive à contre-cœur vers des formules proches de la presse magazine. Les animateurs de *webzines* se réclament souvent de la presse alternative, des modes de diffusion hors des médias traditionnels. Malgré une certaine influence de ce discours dans le milieu des *weblogs*, leurs animateurs se définissent avant tout par rapport à leur appartenance à ce qu'ils nomment la *blogosphère*[13].

L'observation des sites ne permet pas de constater des différences systématiques entre ces types de sites. Ainsi, en sus d'une démarche commune fondée sur une attitude d'opposition aux modèles des médias de masse, le mélange des formes est de plus en plus fréquent. Les formes *webzines* et *weblogs* sont de plus en plus difficiles à distinguer. Ainsi, le site *La tribu du verbe*[14] qui se définissait au mois d'octobre 2002 en tant que *webzine* s'est rapproché de la communauté des *weblogs*– il fait d'ailleurs partie à présent du YULBlog, le regroupement des *webloggers* montréalais.

Parmi les différentes formes de sites repérées, notre recherche s'est concentrée sur une catégorie d'entre elles, forme que nous avons baptisée : les sites web d'auto-publication d'information éthique (*SWAPIE*[15]). Ces sites impliquent, de la part de leurs concepteurs et animateurs, une démarche active, intentionnelle, rationalisée, et construite, de contributions à l'espace public. En ce sens, ils diffusent des informations (d'actualité ou non), suscitent débats et discussions, incitent les lecteurs et co-animateurs potentiels à faire usage de leur raison. Le souci essentiel de ces animateurs de sites demeure le partage et la diffusion la plus libre possible d'une information éthique, c'est-à-dire diffusée dans une perspective de participation, individuelle ou collective, à la définition et la recomposition de la chose publique.

Cette définition, produisant une nouvelle catégorie à l'issue d'une première étape de la recherche, inclut donc dans notre champ d'investigation les *weblogs* et les *webzines* inscrivant leur projet éditorial (et surtout leur mode réel de fonctionnement) dans cette perspective. En revanche, elle nous amène à exclure les sites web d'information stratégique, destinés à la promotion et à la défense des intérêts particuliers des institutions (commerciales, administratives, politiques...) et certains sites d'information personnelle[16], qui hésitent entre journal intime et tentative d'écriture littéraire, à tendance romanesque[17]. Ce travail de définition est extrêmement difficile à mener, puisque les *swapie*, par essence, sont amenés à évoluer dans leurs contenus, au fil de leur existence.

La réduction de notre champ d'étude présente un double avantage. D'une part, cela nous permet de nous concentrer sur les sites web dont la finalité nous semble la plus proche de la démarche journalistique, qu'elle soit davantage tournée vers le magistère ou le service rendu à un public. D'autre part, elle permet de nous focaliser sur une frontière professionnelle particulière, celle qui sépare le journalisme de la littérature et vice-versa.

---

[13] La *blogosphère* représente pour les animateurs de *weblogs* l'ensemble des sites qualifiés de *weblogs* et leurs animateurs. Il est possible de discuter longuement de la réalité ou non de cette *blogosphère*, il reste que l'usage du terme renvoie, de la part des animateurs, à un ensemble de pratiques qui est, pour eux, identifié.

[14] http://www.latribuduverbe.com/

[15] Le terme SWAPIE est la contraction de Sites Web d'Auto-Publication d'Information Ethique.

[16] Ce sujet est, par contre, le centre d'intérêt des recherches menées notamment par P. Lejeune, voir notamment à cette adresse : http://www.construire.ch/SOMMAIRE/0042/LIRE et l'une de ses dernières parutions : Lejeune, 2000.

[17] Il est d'ailleurs possible de distinguer ces journaux intimes en ligne par leur ton introspectif. Les autres sites d'auto-publication se concentrent sur des aspects extérieurs à l'éditeur du site (Kawailani Ozawa, 2001).

Conception et usage des logiciels d'édition en ligne

Les *weblogs* et les *webzines* se sont développés rapidement en suivant la courbe de diffusion d'outils nouveaux de conception en ligne de sites, s'appuyant sur des langages informatiques dits " dynamiques " (le PHP principalement, mais aussi le PERL) et sur des pratiques repérées de communautés en ligne. Leur spécificité tient au fait qu'ils se concentrent sur une logique, une tâche principale, celle " d'édition "[18]. Ces outils dits de " management de contenu ", se présentent soit sous la forme de logiciels payants, soit sous la forme de logiciels libres ou gratuits[19]. Ils permettent, en principe, à un débutant en informatique, d'éditer de manière rapide, un site sur l'internet. Ces outils permettent aux néophytes d'éviter le difficile passage par l'apprentissage d'un logiciel d'édition HTML et la mise en ligne du site sur un serveur à distance *via* le protocole FTP. Il s'agit, pour les créateurs de ces outils particuliers, de faire vivre pleinement le mythe des origines de l'internet, celui de la participation et de l'expression de tous à la vie des réseaux de communication (Manach, 2002).

Le travail, sur un *swapie*, consiste au remplissage de champs " balisés " et d'espaces réservés au contenu[20]. L'animateur du site doit se familiariser aux interfaces composées de masques de saisie, renseignant une base de données, constitutive du *swapie*. L'animateur aura tout de même dû passer l'épreuve du déploiement de cette base de données sur un serveur à distance : un acte difficile pour des non-initiés, public pourtant visé par les auteurs d'outils à l'origine des *weblogs*.
Ce principe de fonctionnement par masques de saisie existe par ailleurs dans les entreprises médiatiques relevant de titres ou de chaînes déjà existants, et notamment les sites de presse (Da Lage, 2001) : ils portent parfois le nom de " cartons " ou " gabarits ". Avec les outils de publication en ligne, le principe a pour vocation de s'ouvrir à tout à chacun… ou presque !
En effet, pour dépasser le premier stade de mise en place du *swapie* et de la possibilité d'afficher rapidement des contenus, l'animateur devra nécessairement s'attacher à comprendre les spécificités du développement informatique de l'outil retenu : compatibilité des codes, qualités d'affichage dans les navigateurs utilisés par les internautes, possibilité de gestion de l'image, syntaxe des balises pour afficher des gras, des italiques, etc... L'animateur en herbe devra alors s'aventurer du côté des langages informatiques du web et approfondir sa maîtrise technique. Cette difficulté est souvent restituée dans les premiers éléments ou " posts " affichés en ligne par un animateur de *swapie*.
Dès lors, l'animateur va alors entrer dans un processus de reconnaissance et d'identification de son site, lié à sa capacité de franchir des degrés de maîtrise de l'outil et de ses fonctionnalités. Celles-ci comportent notamment la possibilité d'attribuer des niveaux d'autorisations différentes dans la publication des contenus : l'animateur peut donner la possibilité à un ou plusieurs autres individus de publier soit en tant qu'administrateur, soit en tant que simple rédacteur. Il s'agit alors pour l'animateur " d'administrer " le site. Le terme, appartenant au domaine de l'informatique, désigne l'activité qui consiste, dans la logique

[18] Cet engouement rapide coïncide avec l'arrivée, vers 1999, de plusieurs logiciels de création et de mise en page, relativement simples d'utilisation et surtout gratuits (ou quasiment gratuits). Le premier '*free build-your-own-weblog*' du nom de Pitas est suivi par Blogger, Groksoup, etc.

[19] En anglais, le terme pour désigner ces outils est " *Content Management System* ". Parmi les solutions payantes, existent notamment Vignette, Broadvision, Divine… Parmi les logiciels libres, existent notamment SPIP, Zope, Open CMS. Certains sites offrent également la possibilité de se passer de l'étape d'acquisition du logiciel en mettant directement à disposition des gabarits, des modèles prêts à l'emploi.

[20] Dans le cas de l'outil baptisé SPIP, tous ces champs sont nommés par des termes appartenant à l'univers sémantique de la presse : chapo, sur-titre, titre, etc… Un phénomène qui n'est pas étonnant au regard des origines professionnelles des pères de SPIP, pour certains eux-mêmes à la fois journalistes et informaticiens.

d'édition et de publication portée par les outils de management de contenu, à suivre et à faire suivre une sorte de " ligne éditoriale " plus ou moins affichée, pensée et structurée, à partir d'un comité de rédaction soit individuel, soit collectif.

Ces outils, pensés selon cette visée éditoriale, ont par conséquent un pouvoir formatant[21], qui, quel que soit le projet de son animateur (une personne ou un groupe), va contraindre les usages et les pratiques d'écriture[22]. Ainsi, et à titre d'exemple, la plupart de ces outils ne permettent pas facilement de gérer les aspects graphiques (la place de l'image en général), si bien que le moyen principal d'expression est le texte en colonne centrale, entourée d'autres colonnes à droite et à gauche, accueillant des liens et souvent un calendrier ou un moteur de recherche pour accéder aux éléments déjà publiés. De fait, une majorité de sites s'en tiennent aux " squelettes " éditoriaux les plus élémentaires proposés par les logiciels et ne font guère preuve d'audace (ne serait-ce que sur le plan formel) par rapport à ces kits d'édition en ligne, attitude conservatrice qui renforce leur dépendance vis-à-vis des formules préfabriquées offertes par ces robots. Cependant, si l'on peut déjà constater les effets de ce formatage sur les contenus éditoriaux, on doit reconnaître, en contrepartie, que ces nouveaux outils ont un effet de démocratisation des pratiques qui ne sont plus le fait d'une minorité de technologues avertis maîtrisant au mieux les langages du *webmastering*.

Visuellement, un *weblog* se reconnaît presque immédiatement, ce qui nous amène à le considérer comme un genre en soi : les textes ou " billets " tels que nommés, sont souvent publiés par ordre chronologique inversé (du plus récent au plus ancien) et perclus de liens vers d'autres sites. Le contenu est en effet construit à partir et autour d'hyperliens, remarqués, recommandés, critiqués, commentés par l'animateur du *swapie*. La forte présence de ces liens hypertextes est d'ailleurs ce qui distinguerait le *weblog* d'un journal en ligne (au sens de journal intime) (Paquet, 2002). Enfin, la liste des sites-amis[23] est une pratique coutumière qui indique dès la page d'accueil les affiliations ou les réseaux de l'animateur. La gratuité du contenu est un aspect encore peu remis en question. Pour l'instant, elle est vécue comme une fin en soi, un principe.
Cette mise en scène des liens amis met en évidence la logique communautaire des *weblogs*, traduite par le terme de *blogosphère*. S'il paraît aujourd'hui impossible voire dangereux de se prononcer sur cette communauté de communication auto-proclamée, on peut néanmoins dégager des caractéristiques à partir de cas particuliers. Il s'agit d'un ensemble relativement fermé sur lui-même, puisqu'on observe une forte identification entre sources, producteurs d'informations et lecteurs. Cette caractéristique confère au groupe un niveau élevé d'autonomie fonctionnelle, et permet des pratiques alternatives au fonctionnement traditionnel des communications de masse. Si le " droit d'entrée " dans la communauté apparaît plutôt simple, les processus d'inter-reconnaissance et de co-validation des informations par les pairs semblent bien plus complexes et faire l'objet d'enjeux. L'objectif est de fluidifier la

[21] A la manière des architextes analysés par Jeanneret et Souchier (1999). Sur les formes du texte à l'écran, voir Jeanneret, Le Marec, Souchier, (2003), le chapitre II " Formes observables, représentations et appropriation du texte de réseau ", p. 91-158.
[22] Voici ce qu'en dit un animateur : " *La conception de l'écriture Web et des liens qui se tissent par elle entre le l'auteur et le lecteur est au coeur d'un outil... et influence lourdement le résultat obtenu. Je ne dis pas qu'il n'est pas possible d'obtenir avec Drupal ou SPIP le même résultat qu'avec Movable Type ou Word Press, mais dans un cas l'outil nous aide à atteindre notre but et dans l'autre on doit " se battre contre l'outil " parce qu'il a été conçu avec une autre conception de la publication sur le Web. En ce sens, je suis tout à fait d'accord avec toi quand tu termines en disant " avant de choisir un logiciel carnet, [...], demandez-vous en premier ce que vous voulez faire. " C'est vraiment l'objectif visé qui doit déterminer l'outil. Et c'est pour cette raison qu'ils ne sont pas équivalents pour répondre aux besoins de chacun* ". *Post* lu sur le site remolino, 11 mai 2004.
[23] Cette liste est souvent publiée dans la colonne gauche ou droite du site, elle mentionne les *swapie* préférés de l'animateur du site. Elle permet de positionner le weblog au cœur de son réseau d'appartenance.

circulation et le partage de l'information, de la décloisonner et surtout de la livrer à une critique permanente de laquelle on est toujours partie prenante tout en étant soumis à elle. Ces caractéristiques associées au contexte de gratuité font échos aux pratiques de la communauté scientifique. Et même si les *swapie* spécialisés dans la science demeurent encore marginaux, ce constat ne doit pas minorer l'influence toujours manifeste d'une communauté avec ses pratiques d'échanges symboliques bien particulières, qui a été pionnière dans la libre expression sur le Web.

De l'ensemble de ces éléments de cadrage, émerge une tension forte entre les dimensions individuelles et collectives qui sous-tendent l'existence même des *swapie*. Une telle tension se retrouve dans les questions touchant à la nature de l'internet, suivant lesquelles les chercheurs s'interrogent sur son existence ou non en tant que média de masse (Maigret, 2003 ; Froissart, 2001). Cette tension individuel-collectif s'illustre de manière aiguë à un premier niveau, celui du " genre " de texte produit, texte entendu, pour la partie à venir, au sens large.

Le *swapie,* un genre en soi ? La construction d'un auto-portrait pour établir une identité éditoriale[24]

Avant que d'entrer dans la définition du genre portrait, quelques rappels des traits caractéristiques des *swapie* s'avèrent encore nécessaires. Pour commencer, la création d'un *swapie* ne résulte pas d'une lubie. Elle naît de la connaissance, même partielle, d'un milieu et d'un contexte. Le futur animateur de site est au départ un lecteur et un contributeur, sur un ou plusieurs *swapie*. Cette idée est fondamentale. Les différentes études et les écrits portant aux nues la publication personnelle sur l'internet ou encore la démocratisation de l'accès aux savoirs et au partage des connaissances font souvent fi de la majorité de la population qui ne connaît ni ne s'intéresse à ces formes d'expression. Il faut avoir une connaissance, tout du moins des logiciels de publication ainsi que de certains codes ou rituels de publication en ligne, pour, éventuellement, passer à l'acte.

Aussi, tous les lecteurs de *swapie* ne sont pas de futurs animateurs de sites. L'envie, la conception d'internet, l'ego du futur animateur feront en sorte qu'il tentera peut-être de trouver une place sur le réseau. Souvent, le nouveau venu est encouragé par un animateur plus aguerri, l'ayant parfois repéré au travers de ses " commentaires " sur un site. Celui-ci devient éventuellement son " parrain " et son manuel parlant de l'utilisateur. Pour son responsable, l'utilité d'un *swapie* est plurielle. Il permet de sélectionner du matériel écrit, d'agir comme une sorte de filtre pour un lectorat imaginaire ou réel. Il permet surtout de commenter des documents choisis, de conserver une trace chronologique de ce que l'animateur a pensé, repéré et noté[25].

En quoi consiste l'exercice de l'écriture ? Avant tout, il est à souligner que les animateurs de *swapie* se considèrent comme des auteurs et des metteurs en page de leur site. Souvent

---

[24] Pour cette deuxième partie, la méthodologie suivie s'appuie principalement sur une analyse sémiologique à partir d'un double corpus. Le premier est composé de cinquante fiches d'observation de sites francophones, prélevé dans un ensemble de deux cents fiches, constituées par Florence Le Cam, à partir d'une grille établie en commun. Ces fiches servent à approcher de manière quantitative le rapport au portrait selon quatre critères spécifiques d'observation systématique de la construction de l'identité : le texte (son volume, son importance, le déictique employé, la taille des unités textuelles), le rapport texte/image (Quel modèle éditorial domine ?), les marqueurs d'identité (nom, url, allusion, logo, etc) , les liens (leur nombre et leur teneur).

[25] Il peut rechercher dans son matériel, soit par mots-clés, grâce à un moteur de recherche interne, soit chronologiquement, par la mise en évidence d'un agenda, signifié souvent graphiquement par un mini-calendrier.

quotidiennement, ils choisissent le contenu, le mettent en mots, en ligne et répondent aux commentaires ou aux courriers qui leur sont adressés. D'après l'analyse quantitative, voici à quoi ressemble un *swapie* : 40 % d'entre eux conservent l'aspect originel du " modèle " de base porté par l'outil. Le texte écrit reste majoritaire. Cela ne signifie pas pour autant que les pages-écrans soient " noircies ", " tassées ". Le " blanc " dans l'écran est important. Le texte, écrit à 64 % à la première personne du singulier (Je) est très court, parfois quelques lignes, amenant ensuite, par des liens, à des fragments plus longs, voire très longs. La longueur du texte en profondeur dépend de la nature du lien y conduisant. La diversité des formes de sites d'auto-publication rend difficilement pensable un profil d'animateur. Ce sont des étudiants, des chercheurs, des professionnels, des techniciens, des non-techniciens, des cadres expatriés, des retraités, des adolescents…

Il faut, dès lors, entendre par le terme de " portrait " appliqué à un *swapie*, une somme constituée du style, des thématiques, des traces multiples (scripturales, images…) et des non-dits à peine masqués " qui laissent à penser que… " tel ou telle est l'animateur du site. Cette somme laisse à percevoir qui se cache ou qui s'affiche derrière le site : une individualité ou un collectif. Le genre est alors détourné. Il diverge des formes canoniques des portraits en littérature et en presse écrite puisque les animateurs-éditeurs ne racontent pas un " autre ", mais se " dessinent " eux-mêmes. L'énonciateur est au centre d'un jeu d'écritures.
Pourtant, dans certains *swapie*, de nombreux principes du genre " portrait ", tel qu'enseigné dans les écoles de journalisme et tel que pratiqué dans la presse écrite en France actuellement, se retrouvent dans les textes publiés mais également dans les choix effectués de mise en écran. Le genre est alors renforcé. Il colle au modèle traditionnel, en s'appuyant sur les caractéristiques des outils de publication. L'énoncé et son sens conservent toute leur importance, ils sont la finalité de l'exercice d'auto-publication.

Le travail présenté s'articule autour de l'analyse sémiologique, guidée par la notion d'énonciation éditoriale (Jeanneret, Souchier, 1999) des impératifs d'un genre, en quelque sorte transposés au support internet. Cette analyse du genre façonné par les pratiques nous permet de mettre au jour les processus à l'œuvre dans les métamorphoses potentielles du journalisme, en s'intéressant principalement aux signes qui marquent l'identité de l'animateur ou du groupe à l'origine du *swapie*.

Retour sur le genre " portrait "

Le portrait, en journalisme, connaît un succès important ces quelques dernières années. Pour ne parler que de la presse écrite, *Libération* en a fait une marque de fabrique en l'érigeant en une rubrique-phare de quatrième de couverture, *Le Monde* a largement ouvert ses colonnes au genre, les magazines en produisent en séries…
Par ailleurs, le " portrait " est traditionnellement enseigné dans les formations de journalisme, selon des règles de mise en récit. Elles insistent sur un certain nombre de points trouvant des échos précis lorsqu'on observe un *swapie* : il s'agit de faire le tour d'une personnalité, à l'aide d'anecdotes personnelles, dans lesquelles il est important d'inclure des comparaisons, des adjectifs, de s'appuyer sur des descriptions et des citations, pour caractériser, raconter une personne (Montant, 1995). Sur le *swapie*, ce premier objectif global est légèrement dévié : le récit de soi domine, même si le projet éditorial a pour objectif de participer à la discussion de la " chose publique ".
Si l'on précise cette première analyse du genre en presse, en faisant le détour par la linguistique et la littérature, le portrait a également pour fonction, à travers la singularité

banale d'un individu, de dire le " collectif "[26]. Comment ? Cinq principes d'écriture le régissent.
Tout d'abord, le portrait constitue une forme propice à cette représentation double car il représente l'ensemble d'une vie (d'une trajectoire, pourrait-on préciser au regard des *swapie*) comme un tout unifié, dans un espace de temps narratif, souvent bref. Le portrait " configure ", il a tout d'abord une fonction cognitive : du récit de l'individualité, se dégage un sens global ou un thème qui fournissent une grille de lecture à celui qui le parcourt. De par sa dimension volontairement " éthique ", et conformément à la définition posée précédemment, le *swapie* illustre parfaitement la mécanique du passage proposé entre les niveaux individuel et collectif.
Sur le web, et comme sur le papier, ce premier principe du " tout configurant " s'appuie sur l'articulation entre le texte et la structure globale du site, en incluant à celle-ci le rapport texte-image, même si les images ou les photos sont plus rares. Le texte fait alors parfois figure " d'image " à lui seul. Il envahit l'espace de l'écran, les listes de liens " englobant " la colonne principale d'écriture. Une telle articulation agit en quelque sorte comme un retour à l'origine picturale du portrait, voire fait même paradoxalement écho au traitement de l'espace de la page des manuscrits occidentaux du XIIIème siècle (Zali, 1999). On peut ainsi noter une déclinaison poussée de ce rappel à l'origine picturale dans les *weblogs*. Les " photoblogues "[27] sont soit des sites à part entière, soit des rubriques " réintégrées ", " digérées " par les médias traditionnels[28].
Deuxième principe, également important, le portrait s'appuie sur un fonctionnement synecdoctique : les parties passées en revue assurent l'expansion du tout annoncé en ouverture. La plupart des *swapie* collent à cette seconde mécanique : le lecteur d'un *swapie* ne saura à qui il a à faire que lorsqu'il aura fait le tour, même par une lecture de surface, des éléments marquants ou indiquant l'identité de l'énonciateur. Ces marqueurs se déclineront ensuite dans les différents éléments du site, y compris jusque dans les commentaires des lecteurs. Le contenu du site sera alors constitué de l'expansion et de la démonstration de ces affirmations initiales d'identité.
Troisième principe, le portrait, selon les analyses littéraires, serait caractérisé par la forte présence de la modélisation évaluative (dominantes normatives, valeurs positives, laudatives). Pour les *swapie*, cette caractérisation semble moins bien s'appliquer, ou alors elle s'applique indirectement, par le non-dit : les animateurs de ces sites cherchent à se montrer sous leur meilleur jour, démarche forcément portée par le système de valeurs positives de ces derniers.
Quatrième principe, le portrait s'articulerait autour de scènes " topiques ", de " scripts " bien connus (naissance, vie scolaire, entrée dans la vie active…). Pour les *swapie*, les scènes topiques sont très présentes ; rares sont ceux qui n'évoquent pas les premiers pas de l'animateur, ses angoisses technologiques, la création d'un manifeste ou d'un éditorial posant la vocation du site. L'animateur ne raconte pas directement sa vie, mais bien indirectement, au travers de l'évocation de son rapport au *swapie*.
Enfin, dernier principe, le portrait aurait une fonction informative, mais aussi de commémoration et de compréhension du collectif. Nous l'avons vu dans la première partie, les logiciels donnant naissance aux *swapie*, intègrent cette double dimension, en donnant une large place à l'archive (sous forme soit de dossiers thématiques, soit de 'calendrier') et en

---

[26] Les remarques qui suivent s'appuient sur un travail collectif sur le portrait mené sous la responsabilité d'Adeline Wrona, maître de conférences au CELSA et présenté au GRIPIC, laboratoire de recherche du CELSA, en mai 2002 et juin 2003.
[27] Les *photologues* sont des formes de *weblogs* reposant principalement sur la publication de photographies.
[28] Les " portfolios " du journal *Le Monde* peuvent être considérés comme une traduction du phénomène au sein du site de ce titre particulier.

permettant à des réseaux d'individus de publier ensemble, à partir de centres d'intérêt les rapprochant.

Un auto-portrait jouant sur les flous

Les principes venant d'être pointés vont être déclinés sur un *swapie*, pour établir le portait d'un individu, dressé par lui-même. Nous allons le constater, la dimension " indicielle " de l'exercice est extrêmement forte, à travers des pleins (ce qui est dit), des creux (ce qui est caché ou laissé à deviner) et des déliés (ce qui est mis en lien).

Le *swapie* aspire à la visibilité : pour certains animateurs, **s'afficher en " pleins "** est crucial, vital, le plein allant parfois jusqu'au portrait physique. Cette visibilité constitue alors le cœur du projet de site, elle justifie le travail fourni. En retour, elle est supposée attirer davantage de lecteurs/internautes. Elle confère une popularité potentielle, voire une notoriété certaine, éventuellement réinvestie par ailleurs. Pierre Lazuly (dont on se doute bien qu'il ne se nomme pas ainsi) a acquis, de cette façon, en créant tout d'abord une page personnelle, puis un *webzine* ensuite prolongé par un *weblog* intitulés " Les chroniques du menteur "[29], une reconnaissance ensuite renforcée par des publications dans des titres de presse quotidienne ou mensuelle[30]. Sur son site, Pierre (" le Menteur " en question) met en avant, dans ses écrits, des événements de la vie politique, y livre son regard sur les évolutions contemporaines de la société. Il y publie également des petits essais littéraires. Au final, toutes ces traces d'écriture contenues sur ce *swapie* constituent un ensemble cohérent, toujours publié dans une visée éthique, et définissant son auteur indirectement, puisque jamais n'apparaissent à l'écran ni une photographie de cet individu, ni un quelconque *curriculum vitae*. Le *Grimoire* s'est aussi largement affiché en 'pleins'. Pour les fins de la recherche, l'identité et l'objectif de la création du site ont été clairement définis dès le départ. Les mentions du nom de l'animateur, de son statut et de la posture d'observateur participant ont été clairement énoncés, une page spécifique a d'ailleurs été ouverte à ce sujet. Le contenu orienté sur l'analyse du phénomène ou sur des recherches universitaires plus générales, le choix de l'image sur la page d'accueil, le ton donné aux billets laissent aussi transparaître certains traits plus personnels de l'animateur.

En effet, ce récit de soi **fonctionne principalement en " creux "** : ce qui est laissé à deviner ou légèrement masqué compte autant que le " révélé ". Sur de nombreux *swapie*, l'individu n'est pas si direct. Il laisse percevoir son identité, soit en se masquant totalement, soit en pratiquant un jeu de devinettes, un principe sous-jacent commun à la majorité des *swapie*. A titre d'exemple, dans les premiers temps du site *Les coups de langue de la Grande Rousse*[31], nulle mention n'était faite de l'identité réelle de l'animateur du site, par contre, on connaissait ses intérêts personnels et ses points forts professionnels : la langue française, la traduction, le fait qu'il écrive dans le magazine informatique *Virus*[32].
Sur l'échantillon analysé pour l'étude, 20 % des sites portent des appellations jouant à la fois le rôle de nom et de signature : la personne s'affiche (*emmanuelle.net*). Parfois, cette volonté d'affichage est signalée par l'identification grâce à une photo-portrait, ou bien par des photos de la personne dans ses activités, soit professionnelles, soit personnelles ou encore par les

[29] http://www.menteur.com
[30] Il ne faudrait pas naïvement croire que cette reconnaissance est uniquement liée à la fréquentation en ligne d'individus entre eux. Les réseaux de sociabilité et d'inter-reconnaissance liés aux *swapie* se recoupent souvent avec des réseaux plus traditionnels de " corps " de métiers ou de " copains " qui se connaissent par ailleurs.
[31] http://www.francopee.com/carnet
[32] Ce magazine québécois d'informatique n'a finalement vécu que quelques mois au cours de l'année 2003.

deux. Le nom retenu pour le site est dans 24 % des cas un pseudo, comme pour *Perline*, qui ne dit jamais son “ véritable ” nom. D’autres choisissent le pseudo, mais en toute fausse pudeur, puisqu’ils vont livrer beaucoup d’eux-mêmes (*nick.grosmongol.com* va jusqu’à publier les photos de son enfant, sa courbe de poids), même si cette intériorité se constitue souvent en réaction aux “ nouvelles ” parvenues des médias traditionnels.
Enfin, d’autres vont choisir un nom de site soulignant une ligne éditoriale (32 %), mais vont rester cachés, en signant d’un pseudo (c’est l’exemple de *La tribu du verbe*, emmenée par *Bob L’aboyeur*). Certains jouent aussi sur la manière de baptiser le site, qui donne à lire en creux sa ligne éditoriale (*pssst !* : une onomatopée-interjection qui appelle à la confidence). Toutes ces stratégies de dénominations font émerger l’identité énonciative à l’initiative du site. Elles sont régulièrement accompagnées de stratégies complémentaires (et souvent affinées) de dénomination par mots-clés et définitions dans le code source de la page d’accueil, dans les zones en principe réservées au référencement par les moteurs et les annuaires de recherche.

Il est donc évident que la légitimité d’un *weblog* est liée à l’identité constituée, par l’animateur, de bribes et de fragments. L’animateur ne peut se cacher derrière le titre d’un média, gage de crédibilité. Il va devoir se forger sa propre identité éditoriale. Le recours au pseudonyme[33] est l’une des principales tactiques utilisées[34], mais cette stratégie du “ creux ” peut s’avérer à double tranchant. En omettant ou refusant de dévoiler son identité réelle, l’animateur de site se met dans une position de porte-à-faux : son existence peut être niée, ses intentions détournées, etc. Et pourtant, le pseudonyme peut aussi agir comme un titre, à la manière de l’identité énonciative des médias traditionnels. L’appellation de l’animateur, à partir du moment où il est reconnu et lu, peut finalement être un pseudonyme ou son “ vrai ” nom, elle participe à la construction de sa légitimité. Le pseudonyme devient alors signature.
Les premiers pas de l’observation participante menée pour cette recherche ont été parrainés par l’animateur du site *Les coups de langue de la grande rousse*. En guise de clin d’œil, la toute première version du site a alors été baptisée *Les coups de cherchouille de la petite brune*, comme nous l’indiquions plus haut. Très rapidement, *la petite brune* est devenue, dans les citations, le pseudonyme renvoyant au site. Le changement de titre en *Grimoire* ne l’a pas fait disparaître pour les autres animateurs. Le pseudonyme, créé autant par l’animateur que par les pairs eux-mêmes, agit comme référent, et même s’il ne découle plus d’un titre spécifique, il renvoie à la figure imagée et imaginée de l’animateur du site.

Évidemment, l’identité ne se construit pas uniquement avec l’appellation, mais aussi avec le ton, le style adoptés par l’animateur. Le travail sur le texte (au sens traditionnel) est alors essentiel : son volume, les déictiques employés, la taille des unités d’information vont devoir constituer un tout cohérent, repérable, identifiable comme “ marque de fabrique ”.
L’identité ainsi constituée doit aussi combiner les critères de vraisemblance dans la diffusion des nouvelles, de “ style ” adopté par l’animateur, de relation de confiance tissée avec le lectorat, etc. Et ce, même si tout ce qui est dit repose sur un personnage fictif, commentateur de l’actualité, comme Banjo Jones le mentionne : “ *I adopted a tone and an identity, all under the guise of a fictitious person* ” (Olafson, 2003, p. 91).

---

[33] Les autres tactiques repérées dans l’analyse sont la mise en avant de l’identité réelle ou supposée réelle par le nom, souvent doublée de la création d’une url spécifique, la multiplication des allusions au projet éditorial, la création d’un logo ou encore la signature.

[34] Le pseudo est ainsi également utilisé autant dans le cas du *weblog* de Salam Pax, un Irakien rapportant les événements dans les rues de Bagdad en 2003, que dans les cas (nombreux) de journalistes souhaitant garder leur anonymat par rapport à leur entreprise médiatique, comme cela a été le cas pour Banjo Jones, alors journaliste pour le *Houston Chronicle* (Olafson, 2003) ou encore pour le correspondant de CNN pendant le conflit en Irak (Kevin sites : le site a finalement été relancé et peut être consulté à http://www.kevinsites.net)

La construction de l'identité joue également sur les **" déliés ", en l'occurrence, les liens hypertextes**. Ils sont utilisés à profusion mais selon des typologies d'emplois différents[35]. Ces liens contribuent à la construction de l'identité, mais ils inscrivent également l'animateur de site dans un tissu relationnel. Ainsi, le nombre de citations que le *swapie* peut avoir sur d'autres sites est un indicateur de qualité du site pour la communauté (Paquet, 2002). Les citations ont un impact d'une part sur la connaissance du site par l'extérieur, mais aussi sur l'animateur du site lui-même, qui écrit pour être lu, pour construire un récit[36] de " soi " ou de son groupe. Ce récit ne s'inscrit donc pas uniquement dans le texte, il est instillé dans celui-ci, mais également dans les structures profondes du site et notamment, dans son code source.

Le portrait collectif : l'opinion et le politique priment

Outre le fait que certains *swapie* jouent principalement pour leur propre intérêt en dépit d'une dimension éthique revendiquée, d'autres ont pour ambition de servir des idées, des " causes "[37], en formant un groupe.

Le texte constitué par le *swapie* **va alors afficher** et suivre un certain nombre d'invariants de contenus et de formes, construisant cette fois-ci un portrait en collectif, une sorte de photographie de groupe impressionniste.

Ainsi, la conversation et le réseau social sont deux autres atouts de ces *swapie* qui encouragent le tissage de liens entre les lecteurs et les animateurs. Cette notion de conversation a été mise de l'avant par le chercheur Nilsson (2003). Son étude indique que les animateurs de sites, notamment de *weblogs,* utilisent dans les textes produits à la fois les attributs du langage parlé informel et ceux d'un monologue écrit conventionnel ; ils marient les stratégies orales et littéraires. L'usage des liens (créateurs de sens) et les commentaires de ceux-ci inviteraient à la conversation.

Mais pour créer cette illusion affichée du dialogue, les animateurs usent aussi de diverses stratégies de mise en forme (italique, couleurs, signes marqueurs du texte comme des flèches, des triangles, des puces), d'écriture (paroles indirectes, directes ou rapportées), d'offre d'un espace, souvent matérialisé par des cadres ou des champs, de commentaires aux lecteurs et d'usage des pisteurs (*trackbacks*[38]).

Au final, les liens montrent quels sites sont appréciés et où ils se trouvent. Les *swapie* deviennent alors des " cartulaires ", ces manuscrits anciens qui servaient à repérer où se trouvaient d'autres ressources documentaires. A l'intérieur du genre, il y aurait donc comme une réactivation de principes éditoriaux immémoriaux ou tout du moins, datant des débuts de la circulation et de la diffusion de la connaissance sous forme de *volumen*. La dimension éditoriale, classique, reprend alors le dessus, certains de ces sites pouvant passer pour des publications professionnelles ou émanant de structures à dimension institutionnelle. Si la focalisation éthique demeure, le genre portrait y est alors moins prégnant.

---

[35] Nous avons repéré le lien comme citation, comme " ami " ou comme ressource.

[36] Le terme de " récit " est volontairement choisi ici : il pousse le phénomène des *weblogs* du côté des évolutions plus globales du système médiatique, allant vers une narrativité croissante. En ce sens, le genre " portrait " construit par les *swapie* et les *weblogs* en général s'inscrit dans le modèle du récit construit par Jean-Michel Adam. En effet, le site dans sa globalité (forme/images/textes) comporte un début, un milieu et très souvent une fin, parfois des développements connexes. Bien sûr, nous le voyons, le récit ainsi constitué repose sur d'autres principes d'écriture (utilisation de moyens hétérogènes, appui sur les possibilités de tisser du sens par l'emploi du système des liens), mais il confirme la position qui consiste à penser le phénomène selon un principe de filiation ou de réactivation de genres, avec quelques transformations et adaptations. Voir à ce sujet Lits, 2000.

[37] Par exemple, http://www.cosmopolitiques.com, http://www.indymedia.com, http://www.samizdat.net…

[38] Ces pisteurs permettent de connaître le nombre et le contenu des reprises d'un article particulier sur les autres sites.

Dans le cadre de ces portraits de collectifs, **l'utilisation du creux est plus rare**. On ne se masque pas. Au contraire, la volonté éditoriale est d'autant plus marquée qu'on cherche à coller à des modèles éditoriaux connus par ailleurs (journaux avec périodicité, revues scientifiques, livres…). Du coup, les unités textuelles deviennent plus longues, les *posts* perdent leur appellation et deviennent des " articles " ou des dossiers, la chronologie est là pour permettre au lecteur éventuel de se figurer la " collection ", les archives du site.
Souvent un " manifeste " ou tout autre type d'écrit instituant un début et posant une ligne éditoriale est présent. Et de manière *quasi* systématique, ce texte fondateur, fonctionnant sur le principe de déclaration d'un *credo* issu à l'origine des partis politiques, va comporter une référence, un " coup de griffe ", aux médias traditionnels. Il s'agit alors de défendre une position de média de " qualité ", pouvant s'établir à partir de l'expression et de la confrontation des opinions de tous. Parfois même, l'ensemble du site n'est qu'un vaste réquisitoire, dans la forme et le fond, contre les médias de masse[39].
Cependant, il reste sur ces *swapie* collectifs du **" laisser à deviner "** ou du **" légèrement masqué "** : les réseaux humains qui sont à l'origine de ces sites, qui se connaissent, qui se cooptent ne sont guère éloquents sur leur manière d'administrer la publication. Elle semble reprendre les règles organisationnelles d'une rédaction traditionnelle, avec des " responsables ", des " directeurs ", des " rédacteurs-en-chef ". Pourtant les " inventeurs " de logiciels d'auto-publication avaient eu un rêve : celui que tout à un chacun devienne animateur, voire journaliste…

Les six processus des portraits

Nous venons de l'exposer, les animateurs de *swapie* parlent d'eux-mêmes, des autres, de leurs pratiques, de leurs conceptions de l'espace public. Ce récit sur soi, mis au service de l'intérêt collectif, et le discours autour des pratiques d'écriture sont mouvants. Ils révèlent les envies, les craintes, la philosophie ou les attentes de leurs animateurs. Au total, les sites les rassemblant selon des dosages différents répondent à six grands processus communs de fonctionnement[40] :
Le partage des connaissances. La publication régulière d'un *swapie* repose en partie (notamment pour certains *swapie* dont les objectifs sont davantage professionnels et thématiques) sur l'idée et l'idéal de la diffusion et du partage de connaissances. Ce partage

[39] Voici la citation trouvée sur le site La tribu du verbe : " *Il y un an, naissait La Tribu du Verbe. Cette initiative, mue par un écoeurement devant le manque 'd'information citoyenne' et la désinformation des médias de masse, a connu plusieurs changements cette année* ". Un tel " positionnement " se retrouve des deux côtés de l'atlantique. Ainsi, le centre des médias alternatifs du Québec exhorte, en page d'accueil, les internautes : " *soyez le média* ! ", pendant que le site Acrimed signale sa raison d'être : " *Vous voulez contribuer, avec nous, à l'observation critique des médias ? Voici une sorte de mode d'emploi...* ". Si ces contre-références sont pour certains revendiquées, elles sont très souvent évoquées, au détour d'une phrase, plus littéraire, quand tel ou telle signale s'être avachi devant une émission de télé-réalité, ou tout autre scène topique de fréquentation des médias, toujours commentée de manière négative.
[40] Quatre phases de la recherche permettent d'avancer sur ce terrain de la représentation de soi et de sa pratique, elles sont ici croisées : le travail d'exploration amont pour repérer des sites, les entrevues qualitatives avec des éditeurs de *swapie* québécois (quatorze entrevues ont été réalisées) et une sélection de vingt-trois définitions prélevées sur des *swapie* francophones et archivées sur le *Grimoire* (ces définitions sont disponibles à cette adresse : http://www.flecam.com/article.php?id_article=2). Les définitions ont été sélectionnées au hasard, par le même moyen que la découverte des sites. Le hasard a été bien entendu aidé par la présence ou non de définitions ou de descriptions des pratiques ayant cours sur le site visité. Enfin, quatrième point, l'analyse sémiologique autour de la notion d'énonciation éditoriale a permis de revenir sur ces principes.
A partir de ces pistes, les différentes idées revendiquées sont présentées ici sans distinction du contenu diffusé par les différents sites. Ces thèmes fédérateurs ne sont pas classés par ordre de priorité chez les animateurs de sites. Au contraire, chaque animateur met de l'avant prioritairement l'un ou l'autre des thèmes, sans exclure forcément les autres.

des savoirs semble être un des atouts de la publication personnelle en ligne, mis en avant dans les pratiques et les discours. Accroître son érudition et bénéficier des expériences d'autrui semblent, pour certains, une démarche rendue possible grâce au monde de l'auto-publication.
La liberté d'expression. Exercice de la liberté d'expression, de la liberté de diffuser ses opinions, ses réflexions, ses commentaires, pour soi-même et pour les autres, le *swapie* devient, dans une certaine mesure, un moyen facilitant l'édition et la diffusion d'information, de quelque nature qu'elle soit (d'actualité générale ou de renseignements personnels), un moyen de " démocratiser " la diffusion de contenu. Cette démocratisation prend notamment son sens, tout au moins dans un premier temps, dans la facilité d'accès et d'utilisation des moyens de publication (les différents logiciels), dans la non-nécessité de connaissances approfondies en informatique et dans la maîtrise par l'animateur du site de ses choix au niveau du contenu et de la mise en page.
La production d'une mémoire. Le *swapie*, par son mode de publication, par sa périodicité et par la capacité d'archivages des textes (même si les archives restent encore rarement thématiques, mais davantage chronologiques), renvoie à la notion de mémoire. La conservation de la narration d'événements, de réflexions, d'opinions concernant la vie publique ou privée de l'animateur du site permet à celui-ci, mais aussi au lecteur, de conserver, de fouiller de nouveau et de retrouver traces, souvenirs et informations. Journaux en ligne, blocs-notes, mémos seraient autant de mémoires personnelles, au service éventuel de l'action collective.
La tentation de l'écriture, de l'exercice d'une plume. La passion de l'écriture, le besoin d'écrire, l'exercice de style sont des récurrences dans les discours des animateurs de sites. Elles se couplent avec l'exercice de choix éditoriaux (et ce, que le contenu porte sur le versant professionnel ou intime de l'animateur) qui pousse l'animateur du site à définir un thème, un style, des limites (plus ou moins permissives) à ce qu'il se permettra de mettre en ligne.
L'art de faire les " bonnes " rencontres, que les Anglo-saxons qualifient de *serendipity*. Les parcours entre les *swapie* s'effectuent ainsi à " saute-mouton " (même principe que celui que nous avons adopté dans notre méthodologie), en fonction du système de balises et de renvois mis en place par chaque site, et des affinités électives de l'animateur. Les *swapie* eux-mêmes, nous l'avons dit, constituent les principales sources d'information pour leurs homologues, favorisant un processus de circulation " en boucle " de l'information. Il faut aussi mentionner le rôle joué par de nouveaux outils permettant d'alimenter un va-et-vient permanent entre les sites : ceux qui enregistrent les " citations " d'un *swapie* par un autre, ou ceux qui donnent à tout animateur la possibilité d'effectuer une veille informationnelle sur un corpus délimité de *blogs* référencés par lui. L'ensemble de ces dispositifs permet de rompre avec le modèle linéaire du texte, et favorise l'émergence d'une sorte de planisphère où la navigation se fait plus intuitive.
La création d'un jeu sur le 'Je', au service de 'l'autre'. Le jeu de l'animateur du *swapie* est de trouver un moyen d'expression de soi. Exposant ses opinions personnelles, ses centres d'intérêt, ses réflexions, l'animateur va parfois jusqu'au dévoilement intime. Mais la publicisation de contenu renvoie à un public, à des lecteurs-internautes. L'animateur de *swapie* étend son réseau de connaissances, de contacts, pour alimenter son site. Après tout, tous ces " animateurs " écrivent pour être lus…

Et en effet, que se passe-t-il du côté des lecteurs ? Les hybridations du genre " portrait " fonctionnent à des degrés divers, les formes observables sont variées. Mais quelle réception en est-il possible, tout du moins pour des lecteurs non contributeurs ? La réponse à cette question est difficile à formuler, sans verser dans des considérations sur l'audience de ces sites, sur les " majorités " silencieuses. Il s'agit plus précisément, pour cette étude, de

reprendre les critères qui ont conduit l'analyse, et de les soumettre à des lecteurs " naïfs ", ne pratiquant pas l'auto-publication, mais tout de même utilisateurs quotidiens de l'internet[41].
Le sentiment de ces lecteurs est mitigé : si l'intérêt thématique de certains sites est immédiatement relevé, une remarque revient systématiquement. Ils paraissent trop " aléatoires ", tant du point de vue de la fiabilité des informations présentées, que de celui de leur permanence dans le temps. Les *swapie* suscitent donc une curiosité, un amusement souvent, mais ils semblent toujours promettre une déception à plus ou moins longue échéance, puisque menaçant de " fermer ", de disparaître sans aucune explication. Comme si la pérennité d'un titre, d'une url était gage de crédibilité, en posant un contrat établi sur des repères temporels affermis…
Les lecteurs rencontrés repèrent d'eux-mêmes les six grands processus mis en évidence par l'analyse de l'énonciation éditoriale. Ils sont cependant plus sensibles aux deux derniers d'entre eux. Tout d'abord, ils soulignent très rapidement la tension entre volonté d'écriture (la référence à l'auteur américain Paul Auster revenant très régulièrement), d'expression pour défendre une cause (en collectif) ou un point de vue (individu), doublée de l'impérieuse nécessité de se faire connaître, pour éventuellement, à partir d'une pratique éditoriale amateur, devenir un professionnel reconnu… et rémunéré (pas seulement du journalisme : les corps de métiers cités par les lecteurs sont nombreux).
Ensuite, pendant la séance d'analyse d'un corpus de sites délimité, les lecteurs se prennent au jeu de devinettes posé par les portraits. Ce pistage de l'identité fait d'ailleurs partie du plaisir du texte donné à lire. Très rapidement, la plupart des lecteurs suivent en moyenne trois à quatre liens, en jaugent la teneur, pour éventuellement s'arrêter sur la lecture plus longue de quelques *posts*. Les commentaires, s'ils existent, sont plus rarement explorés. A la suite de cette lecture guidée, les qualificatifs qui reviennent le plus souvent, à propos des sites sont : pertinent, fiable, drôle, sérieux, journalistique, militant… Cependant, tous estiment que les tons humoristiques, satiriques sont prédominants, même lorsque l'intention de l'animateur du site semble être avant tout de se raconter, d'être le propre narrateur de ses errements et de ses opinions, au-delà de la revendication éthique annoncée.

Au regard de l'analyse, les portraits de swapie articulent texte, image et forme globale du site. Tout comme l'énonciation éditoriale[42] permet de mettre en évidence le rapport entre l'image du texte et son contenu, on peut parler dans le cas des *swapie*, d'une énonciation " auctoriale ", dans laquelle la figure de l'animateur (seul ou en groupe, en communauté) domine, occupe toutes les fonctions, y compris celle de l'éditeur et de celui qui rend l'information " publique ". Cette figure omnipotente est en partie provoquée par le formalisme des outils qui donnent naissance aux *swapie*, mais également par la mise en œuvre d'un certain nombre de pratiques d'écriture. Elle nous renvoie par ailleurs à l'influence de la littérature sur la pratique des *swapie*.

Littérature et pratiques d'information des swapie : l'influence d'un héritage

---

[41] Un second corpus est constitué de grilles d'analyse qualitative portant sur un échantillon plus restreint de sites (vingt sites), toujours francophones. Les grilles ont été remplies par seize étudiants du CELSA, dans les formations de journalisme et de " communication et supports numériques " aux mois d'avril et mai 2004, étudiants auxquels a été préalablement rapidement présenté le principe de l'auto-publication. Les critères retenus dans les grilles soumises aux étudiants sont identiques à ceux mobilisés dans l'approche quantitative.
[42] L'énonciation éditoriale est une notion souvent discutée et mobilisée dans les travaux d'Emmanuel Souchier et Yves Jeanneret. Elle est actuellement travaillée, au côté de la notion " d'architexte " par un groupe de recherche sous la direction d'Y. Jeanneret, équipe CNRS réunie autour d'un programme de trois ans intitulé " métamorphoses médiatiques et médiations des connaissances ".

Une fois de plus, il s'agit d'évaluer " ce que le journalisme doit à la littérature ". Pour Denis Ruellan, qui s'est intéressé à l'émergence du genre " reportage " dans la deuxième moitié du XIXème siècle, cette dette a mal été évaluée. Il écrit ainsi à propos de la presse d'opinion : " une influence (…) est déterminante ; c'est la participation des écrivains de la presse de l'époque et d'une manière générale le rayonnement de la littérature – qui est la valeur culturelle centrale du XIXème siècle- sur les journaux " (Ruellan, 1993, p. 115). En dépit des travaux pionniers de Michael Palmer (1983), peu de recherches ont mis en valeur l'apport de la littérature dans l'invention du journalisme moderne, dans le cadre du paradigme positiviste de l'information. Or, cette naissance doit autant à la tradition anglo-saxonne de la presse commerciale et industrialisée qu'à la contribution du roman naturaliste et réaliste aux textes des journaux de l'époque. " Cet apport de la littérature à la presse est un secteur de recherche peu développé. Il semble bien qu'à l'instar des milieux professionnels, les spécialistes scientifiques aient longtemps refusé de reconnaître l'intensité de ces liens historiques et leurs caractères productifs. On préféra tenir en peu d'estime cette contribution à la construction de la presse moderne et même la considérer comme un frein " (Ruellan, 1993, p. 117). Le cas des *weblogs* nous offre l'occasion de réévaluer cette dette, car l'influence littéraire y apparaît très forte. Cela est manifeste dans le cas de certains *weblogs* intimes, d'auto-fiction, directement tournés vers la créativité dans l'expression textuelle et hypermédia. Mais cela vaut aussi pour la sous-population des *swapie*. En ce qui concerne les produits éditoriaux, nous avons ainsi constaté l'importance significative de formats d'opinion hérités de pratiques littéraires : billets, éditos, carnets, chroniques, de préférence plus courts que dans la presse-papier (voir analyse quantitative). Ces discours privilégient un mode narratif et argumentatif à visée persuasive et séductrice, sans pour autant négliger la fonction informative. Ils favorisent le commentaire, le débat, l'expertise critique… Par ailleurs, nombre d'entre eux revendiquent une passion de l'écriture, un plaisir du texte, que l'on retrouve le plus souvent dans des articles aux formats plus longs édités par des sites plus " collaboratifs ". On voit ainsi que l'une des principales originalités des *swapie* est de rendre accessible au plus grand nombre une pratique qui est aujourd'hui essentiellement le fait d'une élite professionnelle dotée d'un fort capital social et symbolique. Dans les entreprises de presse traditionnelles, on " réserve " ainsi à cette élite socio-professionnelle, en fonction de savantes hiérarchies implicites et explicites, les genres d'opinion " nobles " traditionnellement liés au journalisme politique et culturel (Pélissier & Rasse, 2003). Au total, il serait opportun d'étendre à d'autres genres discursifs traditionnels ce que nous venons d'énoncer à propos du méta-genre " portrait " comme englobant tous les autres au sein d'un même *swapie*. Dans la perspective d'approfondissement de l'étude des systèmes de renvois hypertextuels, réalisés le plus souvent de façon très subjective en fonction des affinités électives des animateurs, il serait également intéressant d'analyser la contribution formelle et l'influence stylistique de certains auteurs et courants littéraires contemporains. Nous pensons en particulier à l'œuvre de Perec, au mouvement Oulipo et à leur élaboration d'une littérature à contraintes qui trouve dans les hypermédias une source de renouvellement riche en promesses (Clément, 2003). Et même si, concernant les *swapie*, les contraintes sur le texte sont rares, certains 'rites', respectés ou non, sont partagés.

En conclusion, des formes variables de " portraits " sont donc observées. Elles sont le fruit d'un double jeu autour d'un genre : jeu sur le texte (ou le " je " est à reconstruire pour le lecteur), jeu sur la forme. Cependant, deux points de convergence émergent entre toutes ces formes s'éloignant ou au contraire se raccrochant au genre " portrait ".
Est tout d'abord identique ce qui concerne la question de la " source ", le travail important en amont de l'écriture, traditionnellement la compétence première du journaliste, et qui a à voir avec le principe de fonctionnement essentiel à toute communauté, c'est-à-dire la confiance.

Les liens hypertextes retenus, dominants sur l'ensemble des sites, donnent à lire ce travail sur la source. Chaque *swapie* peut, en les sélectionnant et les réunissant autour de sa thématique, faire figure d'autorité et nourrir, à son tour, les médias traditionnels. Du coup, ces derniers peuvent lui offrir, à un moment donné, sur un thème d'actualité se rapportant à son projet, une confirmation-consécration en tant que média-expert, qui répond, en principe, à tous les critères de validation de ses contenus[43]. L'identité est donc confortée au regard de la légitimité conférée par les autres médias. **La forme " portrait " a été alors initialement mobilisée comme marche-pied pour accéder à la reconnaissance vis-à-vis des pairs.**
Les *swapie* ont ensuite en commun de court-circuiter les médiations traditionnelles, de faire de l'information sans le média : absence de circuit de validation, de structure hiérarchique et économique à respecter, espace rédactionnel rare à gérer au regard de l'espace publicitaire... L'animateur du *swapie* incarne en quelque sorte le média, le site n'étant qu'un masque, laissant parler à travers sa forme et son contenu, une voix, un discours souvent journalistique, mais qui ne se l'avoue pas toujours. D'ailleurs, beaucoup d'animateurs de *swapie*, empruntant les outils et les formes des *weblogs*, ignorent totalement les pratiques journalistiques ou récusent le fait même d'être tentés par ces formes, tout en affichant tout de même un intérêt pour la participation à l'espace public. Par ailleurs, la visée d'un site est parfois masquée par son énonciateur. Elle glisse vers un objectif de communication, servant une institution, un groupe commercial[44] ou parfois un collectif scientifique. Pourtant, à première vue et lecture, ce type de site emprunte les atours d'un *swapie*, tel que défini en introduction.

Pour les sites animés par des journalistes, la médiation portée par le site est l'objet du travail fourni, une sorte de carte d'identité élaborée pour faire avancer sa carrière. Le site peut être, dans ce cas, vécu comme un laboratoire d'expérience personnelle et professionnelle, permettant de se forger de nouvelles compétences, de se faire connaître. Le contraire est aussi vrai : quand un journaliste professionnellement connu comme tel, travaillant pour un média traditionnel se met à " bloguer ", il contribue à la reconnaissance ou tout au moins à la mise en publicité, du phénomène.
Dans les deux cas, le *swapie* sert de laboratoire expérimental, tant pour les amateurs que les professionnels de l'écriture. Comme le signale Eric Maigret (2003), dans cette seconde catégorie d'animateurs, entrent de nombreux journalistes. Ils se heurtent à des contraintes formelles (histoire d'un titre, contraintes économiques et organisationnelles), si bien que certains d'entre eux s'essaient (et le verbe " essayer " est important, puisqu'il marque à lui tout seul le retour à un genre particulier), à de nouveaux exercices de styles, sur des supports qu'ils peuvent maîtriser de bout en bout. Sur leurs sites, des genres sont explorés : ils comprennent notamment ceux du témoignage, de l'auto-fiction ou encore celui du " journalisme narratif "[45]. Cette dernière expression souligne l'inversement de la logique selon laquelle la profession provient d'origines littéraires. Sous cette nouvelle appellation, le

[43] Il faut ici citer le cas un peu à part du site " moteur " Google, qui, dans ses rubriques " alertes d'actualités " et " news ", pose certains *weblogs* comme les équivalents des médias anciens, du fait même du fonctionnement automatique de ces deux rubriques. Les pages créées mettent en effet au même plan *weblogs* et autres sites en tant que sources fiables.
[44] Un phénomène identique peut également être mis en évidence sur certains sites intranet d'entreprise, sur lesquels la communication interne revêt tous les atours du journalisme, si bien que l'organisation apparaît comme un média à part entière. Voir à ce sujet le Livre Blanc publié par l'Ujjef, qui milite pour un statut du journaliste de presse d'entreprise. Livre blanc paru le 8 avril 2004, disponible sur le site de l'Ujjef (ujjef.com).
[45] Voir à ce sujet, Françoise Lazare, " *Le journalisme de l'autre actualité* ", Le Monde, 17 décembre 2002, ainsi que Michel Contat, " *l'auto-fiction, genre litigieux* ", Le Monde, 5 avril 2003. L'ensemble de ces genres renouvelés sollicitent, chez les journalistes, un travail du regard, et ne font plus appel à la compétence professionnelle du travail sur les " angles " possibles d'un " papier ".

mouvement contraire est ainsi marqué : partant du journalisme, l'animateur-auteur s'achemine vers la littérature.

Preuve s'il en est : nous l'avons vu, la signature sous toutes ses formes, et non plus uniquement le " nom " du *swapie*, est prédominante. L'effacement derrière une œuvre collective, un tout constitué du travail de sélection, de vérification et de mise en forme de l'information produit par une rédaction, rendant chacun anonyme, tend à reculer, même si en presse écrite, la signature personnelle d'un article reste importante. L'ego s'exprime et transforme l'énonciation, pour parfois déborder la ligne rédactionnelle initialement affichée.

Doit-on pour autant conclure à l'inexistence, dans le cas des *swapie*, d'une " communauté ", voire d'un " groupe professionnel " ? Pas nécessairement. D'une part, nous avons montré, dans le cas des portraits collectifs, mais aussi au travers des interactions multiples existant entre les animateurs singuliers, qu'une certaine dynamique communautaire était à l'œuvre dans cet univers encore mal défini qui s'auto-intitule *blogosphère*. Au sein de cette dernière, le *swapie* recherche a priori davantage la relation avec l'Autre qu'une narcissique affirmation de soi ; s'il est question d'individus souhaitant s'émanciper de toutes sortes de contraintes, notamment celles qui pèsent sur l'écriture, l'*intersubjectivité* semble prédominer sur une hypersubjectivité conduisant au solipsisme. D'autre part, si la distinction amateur/professionnel ne fait encore guère sens dans la *blogosphère*, certains indices de construction d'un groupe sont perceptibles : élaboration et revendications de chartes de déontologie, rédaction de glossaires des termes utilisés dans le " milieu ", de guides à l'intention des néophytes, etc. Les communautés de pratiques existent évidemment depuis la naissance du Web, mais celles qui se greffent autour des sites d'auto-publication semblent superposer de nouveaux signes extérieurs de reconnaissance.

Le journalisme débordé sur ses frontières

L'ensemble des analyses qui viennent d'être menées peuvent ensuite être approfondies à partir de l'observation d'une forme de *swapie* particulière : **les *weblogs* d'information d'actualité**. En effet, parmi les diverses déclinaisons des *swapie* se sont développés des sites d'auto-publication centrés sur l'information d'actualité. Ces sites font l'objet de débats autour de la nature journalistique (ou non) de leur forme, de leurs pratiques, de leur légitimité et du statut de leurs animateurs. Parmi ces sites, trois types de *weblogs*[46] retiennent particulièrement l'attention : ceux qui sont animés par des journalistes pigistes ou employés d'entreprises médiatiques, ceux qui sont animés par des individus-témoins d'un événement, et enfin ceux qui diffusent, commentent, critiquent des nouvelles relatives à l'actualité à partir de la cueillette d'information qu'ils font sur le web.

On voit donc que pour rendre compte de ce phénomène, nous prenons en considération les sites liés à des entreprises médiatiques, initialement exclus de notre définition des *swapie*. L'étude des *weblogs* d'actualité nous a amenés à intégrer ces sites organisationnels de manière à mieux cerner la question de leur " professionnalisme ", de leur ancrage dans l'information d'actualité, historiquement et culturellement associée au journalisme traditionnel, et enfin sur leur développement dans et en dehors du territoire des entreprises médiatiques[47].

---

[46] D'autres formes de *swapie*, notamment les *webzines,* se concentrent aussi sur l'information d'actualité. Cette partie se contentera cependant de l'observation des *weblogs*, entendus comme une des formes de l'auto-publication d'information d'actualité.

[47] Le phénomène des *weblogs* d'actualité peut donc être traité en référence au journalisme traditionnel. Tout comme les *weblogs* intimes peuvent être envisagés par rapport à la tradition des journaux intimes ou encore à divers courants littéraires.

L'observation de ces sites depuis les années 2002[48] met clairement en évidence la volonté des animateurs de *weblogs*, journalistes ou non, d'échapper aux contraintes de la diffusion d'information en créant un espace d'expression indépendant sur l'internet. Mais ces animateurs se voient confrontés aux mêmes problématiques que les journalistes traditionnels. Ils doivent d'une part, gérer leurs relations avec le public, les sources et les pairs. Les notions d'indépendance éditoriale, organisationnelle, économique sont prégnantes et ces diffuseurs d'information sont soumis, nous l'avons noté dans l'analyse des sites, à la nécessaire construction de leur légitimité, de leur crédibilité et de leur identité énonciative[49].
D'autre part, l'émergence de ces sites d'information questionne frontalement le " journalisme ". Pour beaucoup, " *blogging is not journalism* " (cité *in* Rosen, 2004), mais, pour d'autres, la controverse est effective et ravive la polémique sur la définition du journalisme et des journalistes. La question de l'appartenance des *weblogs* au 'journalisme', de la nature des pratiques qui y sont développées, des statuts de leurs animateurs, montre, une nouvelle fois, que les frontières du groupe des journalistes sont maléables et que les débats sur la transformation actuelle du journalisme s'ancrent profondément dans les discours des acteurs eux-mêmes.

Un amateurisme de masse?

Les *weblogs* d'actualité ont connu un retentissement sans précédent lors des événements du 11 septembre 2001. "*The 9/11 terrorist attacks fuelled the public's appetite for information, analysis and news, if only to make sense to the tragedy. Bloggers rose to prominence by feeding this desire* " (Raynsford, 2003). Des centaines de *weblogs* se sont ainsi créés pour diffuser des informations, raconter les événements, tenter de les contextualiser, de comprendre, de compatir. Mais bien avant cette popularité soudainement acquise, cette forme d'auto-publication était pratiquée par des centaines d'animateurs de sites.
En parallèle à la création de *weblogs* de type personnel, voire intime ou de type professionnel, se sont ainsi développés des sites destinés à la diffusion, la critique, le commentaire, l'explication de l'actualité. Un animateur de *weblog* d'actualité choisit son 'histoire', juge de la crédibilité des documents sur lesquels il se base, écrit, prend des photos, développe un style, échange avec ses lecteurs, etc. (Welch, 2003a). Comme souligné en première partie, l'évolution des outils techniques favorisant une appropriation relativement aisée des techniques d'auto-publication a permis le développement important de la diffusion d'actualité sur l'internet. Elle a simultanément encouragé des discours enthousiastes sur l'avènement d'une véritable démocratisation de l'information et des discours plus circonspects faisant craindre une confusion grandissante et surtout une certaine perversion de la diffusion d'information, celle-ci étant réalisée par de plus en plus de *quidams*.
De nombreux non-journalistes, souvent qualifiés d'amateurs, ont ainsi créé leur propre site et représentent d'ailleurs la catégorie la plus importante dans le panorama des *weblogs* d'actualité. Du côté des professionnels de l'information, les premiers journalistes à avoir assimilé la technique et l'usage des *weblogs* étaient souvent chargés de couvrir le secteur des nouvelles technologies ; ils ont, par la suite, fait l'apologie de cette pratique (Hiler, 2001).

[48] Les prochains paragraphes reposent sur l'observation de l'évolution de *weblogs* principalement anglophones et francophones tenus ou non par des journalistes, dans le cadre ou non d'une entreprise médiatique, et qui se concentrent sur la diffusion d'information touchant l'actualité. L'observation repose sur la consultation d'une centaine de sites et surtout sur le repérage des discours des animateurs de *weblogs* d'actualité et des divers acteurs en interaction avec eux. (Les discours ont été repérés dans les articles et documents produits par les animateurs de *weblogs* d'information d'actualité. Les textes sont donnés en référence dans la bibliographie).
[49] Cette problématique avait été développée spécifiquement pour le phénomène des *warblogs*, ces sites d'auto-publication mis en ligne lors de la guerre en Irak en 2003 (Le Cam, 2004). Elle est reprise ici et étendue à l'ensemble des *weblogs* faisant œuvre de diffusion d'information dite d'actualité.

Beaucoup de chroniqueurs[50] ou de pigistes se sont lancés dans l'auto-publication[51] afin d'accroître leur visibilité, de trouver de nouvelles idées (Wendland, 2003), de publier sans contrainte temporelle, d'échanger avec leur lectorat. C'est ainsi que Mike Wendland, journaliste et par ailleurs animateur de trois *weblogs*, estime que sa pratique de l'auto-publication lui apporte "*contact with readers and viewers that is more immediate, personal and satisfaying than any other form of communication I have experienced in 30 years of journalism* " (Wendland, 2003, p. 94).
Les exemples les plus frappants de cette émergence de sites d'actualité mis en ligne par ces deux groupes d'acteurs sont les *warblogs* en 2003, des sites destinés spécifiquement à la guerre en Irak, mais aussi les sites sur la pneumonie atypique, sur les élections américaines, etc. Parallèlement à ces sites médiatiques, des *weblogs* 'généraux' diffusent quotidiennement des informations.
Le phénomène des *weblogs* d'actualité est très développé aux Etats-Unis, mais il a commencé à s'étendre un peu partout. Le milieu francophone connaît lui aussi cette tendance, avec les *weblogs* du quotidien français *Libération*[52], ou les carnets du quotidien québécois *Le Devoir*[53], mais aussi avec des sites individuels, tels que le carnet de Michel Dumais[54], alors chroniqueur 'nouvelles technologies' du *Devoir*, celui de Bruno Guglielminetti[55], réalisateur radio à Radio-Canada, ou encore *MonPuteaux.com*[56], un site français d'actualité locale ou encore *Latribuduverbe*[57], site montréalais.
Les discours véhiculés autour de l'auto-publication et du développement d'un 'amateurisme de masse' (Shirky, 2002) reposent pourtant sur une contradiction essentielle : les animateurs de *weblogs* d'actualité tentent de fuir les contraintes de la diffusion d'information traditionnelle et doivent, paradoxalement, constamment s'ajuster à un contexte de production déterminant.

Une volonté d'échapper aux contraintes de la diffusion d'information ?

Les animateurs de sites d'auto-publication, et notamment de *weblogs* témoignent tous d'un certain enthousiasme. L'absence d'intermédiaire, l'instantanéité de la diffusion, les interactions avec les lecteurs, l'absence de contraintes éditoriales externes sont autant d'atouts mis de l'avant dans les discours.

L'absence d'intermédiaire. Les animateurs de sites d'auto-publication, journalistes ou non, souhaitent, pour la plupart, échapper aux contraintes organisationnelles traditionnelles. Ils ont d'ailleurs l'impression de le faire, car ils publient sans intermédiaire. Dès 2001, une journaliste américaine, Deborah Branscum, alors journaliste pour *Newsweek*, et collaboratrice

---

[50] Un des premiers journalistes traditionnels à avoir tenté l'expérience de rédaction d'un *weblog* et de publication de celui-ci sur le site d'un média traditionnel est Dan Gillmor, alors *business columnist* pour le *Mercury news* (Lasica, 2002).
[51] Pour une recension des journalistes, notamment anglophones, et de leurs sites d'auto-publication, consulter le site *Cyberjournalist.net* (http://www.cyberjournalist.net/cyberjournalists.php). A titre d'exemple, se rapporter au site *Instapundit.com* du célèbre Glenn Reynolds (http://www.instapundit.com/), ou encore à celui du Doc Searls (http://doc.weblogs.com/), celui d'Andrew Sullivan (http://www.andrewsullivan.com/). Au niveau des 'amateurs' les plus connus, voir le *Drudge Report* de Matt Drudge (http://www.drudgereport.com/).
[52] Pour l'année 2004, Pascal Riché, *La course à la maison blanche* (http://liberationwashington.typepad.com/) ou encore le *weblog* de Fabrice Rousselot, *Campagne toute!* (http://liberationnewyork.typepad.com/).
[53] *Le Devoir* est un quotidien d'information générale québécois. Il publie, depuis 2003, plusieurs *weblogs* sur son site-vitrine (http://www.ledevoir.com/blog/).
[54] Michel Dumais est l'animateur du site *Ouvert 24 heures. Verres stérilisés* (http://www.micheldumais.com/).
[55] Bruno Guglielminetti met régulièrement à jour son *Carnet Techno* (http://www.radio-canada.ca/radio/techno/).
[56] http://www.monputeaux.com/
[57] http://www.latribuduverbe.com/

pour *Fortune.com*, *Macworld*, *Wired,* etc. et créatrice de son propre *weblog* s'enthousiasmait pour sa publication en ligne en raison du sentiment de liberté que lui procurait son *weblog.* Elle pouvait ainsi mettre en ligne des articles non publiés sans l'intermédiaire de l'éditeur ou du rédacteur en chef. " *You think it, you write it, you put it out to the world* " (Lasica, 2001). Cette absence de médiation rendrait la publication plus rapide, plus aisée, plus diversifiée. Elle permettrait de publier et d'approfondir, dans le cas des journalistes traditionnels, les informations obtenues lors de la rédaction d'un article publié par ailleurs (Lasica, 2001).
Dans les médias traditionnels, la nouvelle n'est publiée qu'après lecture, vérification, etc. Les *weblogs* dérogent donc à cette pratique et le lecteur devient alors seul juge de ce qui est publié et doit composer avec ce qui lui est donné. L'édition du contenu par une tierce personne est alors majoritairement évacuée. Le renversement du modèle traditionnel du journalisme qui était de filtrer, donc de faire un travail de sélection et de hiérarchisation de l'information, puis de publier, devient " publier, puis filtrer " (Bowman & Willis, 2003).
Avec l'appropriation des *weblogs* par les médias traditionnels, cette caractéristique de l'absence d'intermédiaire, va subir un sort. L'édition par le rédacteur en chef ou par une tierce personne va être rendue obligatoire ou du moins fortement souhaitée.

L'instantanéité de la diffusion. Publier en ligne suspend les contraintes temporelles liées aux normes de diffusion des médias traditionnels. Pour un journaliste d'un quotidien ou d'un hebdomadaire, et pour toute autre personne, publier sur son site signifie publier quand il le souhaite. Un trait remarquable de la matrice stylistique des *weblogs* est d'ailleurs fourni par le calendrier, décliné sous toutes ses formes et surtout la présence de marques temporelles qui contribuent à une *mise en scène du temps réel* déjà analysée par Roselyne Ringoot (2001). La publication peut être continue, mais elle l'est aussi 'au besoin', ce qui permet à l'animateur du *weblog* de construire la temporalité de mise à jour de son site (ce qui peut d'ailleurs devenir une des caractéristiques du site). Évidemment, la temporalité aléatoire des sites permet aux *weblogs* d'actualité, au même titre d'ailleurs que les sites en ligne des médias traditionnels, de pouvoir publier les nouvelles avant tout le monde. John Hiler, journaliste américain, estimait d'ailleurs que " *weblogs scoop you at every turn, breaking 'your' stories before you have a chance to rush your article to press* " (Hiler, 2001). Evidemment, ces scoops ne sont tout de même pas monnaie courante…

Les interactions avec les lecteurs. Un des atouts majeurs de l'auto-publication serait la multiplicité des interactions avec le lectorat. Ces interactions reposent sur la possibilité offerte aux internautes de laisser des messages dans des espaces de commentaires ouverts, ce qui confère au *weblog* son aspect 'conversationnel'[58]. Les interactions avec les internautes ne se réduisent pas à de simples échanges entre animateur et lecteur. Les espaces de commentaires sur les *weblogs* permettent des amorces de débats entre internautes où l'animateur du site finit par occuper une place secondaire. D'autant que les lecteurs des *weblogs* ne sont pas seulement des internautes 'passifs', mais aussi des pairs (animateurs de *weblogs*), des journalistes, des sources, voire parfois des lecteurs-experts qui donnent leur avis ou des informations spécifiques de nature à alimenter le débat. Les interactions sont d'ailleurs souvent encouragées par les animateurs eux-mêmes, qui posent des questions à leur lectorat, demandent leur avis, etc. Dans ce domaine de l'interaction avec le public, les changements repérés sont substantiels et démarquent les *weblogs* de l'univers de la presse en-ligne : prédominance des sources endogènes (voire indigènes) sur des sources plus 'officielles', relations plus égalitaires et interactives (du moins en apparence) entre les membres de la

[58] Dan Gillmor, célèbre journaliste en ligne américain, n'en démord pas : " *We're in the midst of a change, where journalism is changing from a lecture into something that resembles something between a conversation and a seminar, and that's pretty exciting to me* " (cité in Lasica, 2002a).

communauté, quasi-absence de régulation de type déontologique du fonctionnement de celle-ci, écriture plus personnalisée et stylisée, dialogue plus systématique et individualisé avec un micro-public choisi et actif. Les cas les plus frappants de collaboration entre animateurs de sites et lectorat sont constitués d'une part par les *wiki*s, qui proposent à leurs lecteurs-auteurs potentiels d'intervenir à tout moment sur le contenu d'un texte collectif en évolution permanente et d'autre part, par certains sites tels que celui développé en Corée du Sud, *Ohmynews*[59], qui accueille chaque jour deux millions de lecteurs grâce à son idée d'encourager de nombreux lecteurs à devenir 'reporters' et à collaborer avec la salle de rédaction composée de journalistes (ils étaient plus de 26 000 citoyens à participer au contenu en 2003) (Yu, 2003). Cette orientation vers l'augmentation des interactions et de la participation du public au contenu des sites se développe progressivement. Le *Dallas Morning News* a publié des photos de ses lecteurs, la *BBC News* a créé une galerie de photos des internautes (Lasica, 2003b), le quotidien *Le Devoir,* basé à Montréal, a ouvert des pages de son site à l'auto-publication de ses journalistes dans *Les carnets du Devoir*, mais expérimente aussi l'ouverture d'un espace en ligne à des invités. Ce premier 'carnet d'invitation' a d'ailleurs été confié à une dizaine d'élèves d'une école primaire de la ville de Québec afin qu'ils offrent leur regard sur l'actualité (Munger, 2004).
Le lectorat lui-même a une perception qui diverge de celles qu'il s'est forgé des médias traditionnels. La perception la plus répandue est que, pour la plupart, ces animateurs de site ne sont pas soumis aux contraintes organisationnelles, économiques, politiques, etc. auxquelles sont soumis les journalistes traditionnels et surtout n'appartiennent pas, pour la majorité, à de grands conglomérats médiatiques (Raynsford, 2003).

La dissémination de l'information. Les liens hypertextes sont les principaux indices de la circulation de l'information entre les sites d'auto-publication. La publication en ligne repose d'ailleurs sur cette dissémination de l'information, celle-ci pouvant être reprise et commentée de façon exponentielle par les divers animateurs de sites. La circulation de l'information entre animateurs de sites est extrêmement rapide dans le cas des *weblogs*. Un site (a) diffuse une nouvelle, reprise par (b), (c), (d), qui est reprise par (e), (f), (g), etc. Des outils ont d'ailleurs été mis en place pour mesurer la popularité du contenu diffusé par les sites et surtout pour établir un classement des sujets les plus abordés par les *weblogs*[60]. "*Someone spots an article or commentary you've posted, which triggers a blog entry, which triggers further responses, and before you know it your blog becomes part of an interactive discussion in this obscure backwater of the Web that's being read and cited by thousands of people* " (Lasica, 2001). Cette reprise de l'information par d'autres sites est au cœur de la pratique de l'auto-publication, elle encourage même les animateurs de sites à poursuivre leur démarche (Rosen, 2003).

L'opinion. Comme nous l'avons déjà souligné, de nombreux sites d'auto-publication portant sur l'information d'actualité se construisent davantage sur l'analyse, la critique ou le commentaire de l'actualité que sur la publication de reportages. Ce qui fait dire à Paul Andrews, journaliste au *Seattle Times* et animateur d'un site[61] que " *the Weblog does not lend itself to factual documentation as much as to observation, analysis, background – the kinds of amplitude that lend greater interpretations and understanding to raw information* " (Andrews, 2003 : 64) ou encore à Doc Searls, un journaliste vétéran américain, que cette pratique tend à re-personnaliser le journalisme (Lasica, 2002a). C'est souvent sur la base de

[59] http://www.ohmynews.com/
[60] Des sites tels que *Day pop Top 40 links* (http://www.daypop.com/top/) ou encore *Popdex* (http://www.popdex.com/) ont été construits pour mesurer la popularité du contenu des *weblogs.*
[61] http://www.paulandrews.com

commentaires ou de critiques, voire sur des airs de contestation que les sites se construisent. Ainsi, les *weblogs* politiques, notamment ceux spécialisés dans la campagne électorale américaine, se sont multipliés, en 2004[62]. "*Their mission : to remake political journalism and, quite possibly, democracy itself*" (Kiely, 2003).
Mais les *weblogs* d'actualité ne sont pas tous destinés au commentaire de l'actualité. Des sites, tel que le *Carnet techno*, sont mis à jour plusieurs fois par jour à partir de la diffusion de courtes nouvelles que l'animateur du site repère par ailleurs. La construction de ces sites repose notamment sur les liens hypertextes qui renvoient aux sources, aux documents, aux personnes citées. Par contre, même dans l'écriture de courtes brèves à visée informative, le ton et le style de l'animateur du site transparaissent. C'est d'ailleurs sur cette personnalisation dans l'écriture ou dans l'angle choisi pour aborder la nouvelle que les animateurs construisent leur spécificité.

Tous ces attraits des *weblogs*, redondants dans les discours des animateurs de sites, n'échappent pourtant guère au contexte de production de ces sites et aux nécessaires ajustements à entreprendre afin de faire perdurer le site et de conserver son lectorat.

Un contexte de production déterminant ?

La popularité d'un *weblog* tient à un ensemble de facteurs : le site doit être référencé correctement dans les moteurs de recherche, il doit être relié à d'autres sites par de nombreux liens hypertextes, son contenu doit être repris et commenté fréquemment sur d'autres *weblogs* ou dans ses espaces de commentaires, et enfin il doit être lu. Ces indices sont interdépendants. Les discours véhiculés autour de la pratique de l'auto-publication sont fortement influencés par la représentation commune du journalisme basée sur l'indépendance éditoriale, la préoccupation envers le débat public, etc. L'animateur du site doit ainsi gérer ses relations avec ses lecteurs, ses pairs et les sources qu'il utilise afin de construire l'idée de son indépendance éditoriale, organisationnelle ou encore économique. Évidemment, l'échelle des priorités par rapport aux médias traditionnels n'est pas la même. Les aspects économiques sont ainsi relégués en arrière-plan, mais la construction de l'identité énonciative de l'animateur et surtout de sa légitimité sont primordiales dans la recherche de reconnaissance et pour la survie du site.

La crédibilité. La légitimité d'un *weblog* d'information d'actualité repose d'une part sur la reconnaissance par les pairs (*community endorsement).* Cette reconnaissance repose notamment sur la reprise multiple de l'information diffusée sur un site, ce qui est souvent un gage de crédibilité. À titre d'exemple, l'animateur du *Drudge Report*[63], Matt Drudge, s'est construit sa réputation en sortant puis en couvrant " l'affaire Bill Clinton - Monica Lewinsky ". Mais pour beaucoup, la pratique de l'auto-publication est versatile. Certains estiment d'ailleurs que " *In weblogging, there are no rules* " (Olafson, 2003, p. 91). Pourtant, une certaine forme d'auto-régulation s'est mise en place. La publication d'informations mensongères, erronées ou fausses est rapidement pointée par les pairs et entraîne des critiques sévères dans les billets publiés, voire la mise à l'écart du site (par la disparition des liens hypertextes menant vers ce site, etc.). C'est ainsi que l'animateur d'un *warblog*, Sean-Paul Kelley, a provoqué un scandale car il utilisait, sans mention de la source, les informations publiées dans une *newsletter* (Glaser, 2003b).

---

[62] Même les politiciens se sont engagés dans la publication de sites de ce type. Ainsi, le site internet de la campagne du président Bush héberge un *weblog*. Paul Martin, actuel Premier ministre du Canada, tenait aussi son *weblog* pendant sa campagne à l'automne 2003 (http://www.paulmartin.ca/personal-paul/blogs_f.asp).
[63] http://www.drudgereport.com/

Les animateurs de *weblogs,* pour être crédibles et légitimés, dépendent de la représentation que les lecteurs se font de la vraisemblance de leur propos. Et cette qualité repose sur les vertus habituelles et idéales véhiculées dans les salles de rédaction traditionnelles : vérifier les faits, les liens hypertextes, décrire les choses correctement, être pertinent, d'actualité et rapporter honnêtement (Rosen, 2003). Les animateurs de *weblogs* d'actualité tentent finalement de se conformer car, les pairs, les sources et le public veillent. Mais cela n'empêche pourtant pas certains dérapages. La mort de Jessica Lynch, le soldat américain finalement sauvé par ses troupes en pleine nuit, a ainsi été annoncée sur un *weblog*[64]. L'animateur a découvert son erreur le lendemain à travers les courriels et commentaires furieux de ses lecteurs et pairs.
Mais, dans les discours sur la pratique de l'auto-publication, cet aspect de la crédibilité est sérieusement mis en doute. L'absence d'intermédiaire dans la production du contenu, notion si chère à la plupart des animateurs de sites, entraîne des débats virulents, notamment au sein des salles de rédaction lorsque des journalistes employés d'une entreprise médiatique publient leur site personnellement ou lorsque qu'ils sont employés pour animer un *weblog* sur le site officiel du média. Le contenu doit-il alors être filtré par une édition formelle de la part de l'entreprise ? (Outing, 2002). C'est ainsi que l'idée de la liberté d'expression sur les sites d'auto-publication est mise à mal, car elle n'est pas compatible avec les pratiques traditionnelles du milieu médiatique.
Dès lors, pour la plupart des animateurs de sites, la crédibilité se fonde sur la relation de confiance qu'ils établissent avec leur lectorat. C'est par la lecture régulière, la publication de commentaires, la mention de sources, de documents ou de renseignements utiles que se construit cette relation. Le lectorat occupe une place de premier plan dans la pratique de l'auto-publication et notamment dans celle des *weblogs*. L'animateur d'un *weblog* australien a interrogé ses lecteurs sur des questions militaires après la publication d'une information sur un bombardement à Bagdad. En moins de 24 heures, plusieurs douzaines de lecteurs (retraité de l'Air Force, employés du *Naval Air Systems Command,* etc.) ont commenté et répondu à la question par des descriptions de certaines armes, d'entreprises de fabrication, etc. Dans d'autres occasions, le lectorat peut aussi se transformer en 'banquier'. Un pigiste a ainsi réussi à se rendre en Irak grâce aux dons de ses lecteurs (Allbritton, 2003, p. 82-83), et un autre à réaliser un rapport sur l'industrie du sucre (Lasica, 2003c, p. 72). Cette relation de confiance/reconnaissance est souvent à la base de la popularité des sites[65].

Deux dernières caractéristiques du contexte dans lequel évoluent les *weblogs* d'actualité sont d'importance : l'appropriation du phénomène par les médias traditionnels et les contraintes souvent inhérentes liées à l'actualité, notamment son caractère éphémère.

L'appropriation par les médias traditionnels. Les médias traditionnels tentent depuis quelques années de s'approprier le phénomène des *weblogs*. Leur incursion dans le milieu de l'auto-publication tend à brouiller encore un peu plus les frontières entre les pratiques d'auto-publication et les pratiques journalistiques. Plusieurs médias traditionnels ont ainsi autorisé certains de leurs journalistes à publier leur *weblog* sur le site du média lui-même[66]. Ces premières initiatives étaient à l'origine des essais d'individus isolés, souvent férus d'informatique. Mais, peu à peu, certaines entreprises médiatiques se sont penchées sur le

[64] http://www.warblogging.com.

[65] Cette popularité et surtout la crédibilité des sites reposent évidemment sur la construction de l'identité énonciative de l'animateur de sites, une thématique largement développée antérieurement dans la seconde partie de ce texte.

[66] Matt Welch propose une recension datant de 2003 sur les *Swapie* tenus par des médias traditionnels (Welch, 2003b). Parmi les médias traditionnels importants, les chaînes ABC News, FoxNews, le quotidien *The Guardian* ou encore MSNBC ont tous ouvert un ou plusieurs *weblogs*.

phénomène et ont créé leur propre *weblog*, habituellement hébergé sur le site d'information en ligne officiel du média. Ainsi, dès 2002, *The Guardian* avait son propre *weblog* : *The international-news weblog* (Lasica, 2002a) et proposait sur son site "*our pick of the best journalism from around the web*". Les articles provenaient du *New York Times* ou du *Zimbabwe Independent*, une sorte de syndication ou de veille de l'information (The Guardian, 2002).

De nombreux sites ont ouvert au cours de l'année 2004 : pour sa part, *Libération* a créé trois *weblogs*, le *Time Magazine* a lui aussi lancé le sien en avril 2004[67] (Jardin, 2004), une expérience a débuté au *Dallas Morning News* avec la publication d'un site baptisé *DMN Daily* qui permet aux lecteurs de connaître le processus de construction de l'information, les choix, la hiérarchie, les problèmes rencontrés dans la fabrication du journal. Cette démystification du processus de production du journal entre pleinement dans la volonté de se rapprocher du lectorat : " *It's a way to involve readers more in what we do, how we think, what actions we call for. The format opens us up to greater connections with readers, enabling us to better reflect our community* " (Willey, 2003, p. 88).

Les sites sont souvent gérés par des journalistes de la salle de rédaction et sont hébergés sur les sites officiels des médias. Les initiatives internes aux entreprises médiatiques ressemblent cependant étrangement à la mise en ligne des sites vitrines sur le Web dans les années 1995, liée à des stratégies qui reposaient avant tout sur un effet de mode et sur la crainte de passer à côté[68].

Pour l'instant, les innovations se situent plutôt hors de ces entreprises. Ainsi, un des cadres du quotidien *The Guardian* estime que " *weblogs have a role along side the usual news output, but are not journalism* " (Raynsford, 2003). Les entreprises médiatiques craignent que le lectorat du *weblog*, s'il est confié à un animateur et que celui-ci donne un ton particulier au site, ne fasse plus la distinction entre le *weblog* et le journal ou média traditionnel (Toolan, 2003, p. 93).

Concernant les initiatives externes aux entreprises médiatiques, mais émanant de leurs propres employés, l'attitude des cadres des entreprises reste, pour la plupart, plutôt rigide. Lorsque le journaliste anime un *weblog* à titre privé mais dans le domaine de l'actualité, il est tenu à éditer son site sur son temps libre et à ne pas perturber sa 'production' habituelle (Lasica, 2002b). Plusieurs sites ont été fermés sur ordre de l'entreprise. Cela a été le cas pour le site du correspondant de CNN, Kevin Sites, qui écrivait pendant la guerre en Irak en 2003, pour le site d'un journaliste du *Time* ou encore du *Hartford Courant* (Glaser, 2003a). Ces sites sont parfois vus, par les médias traditionnels, comme des univers journalistiques parallèles que les employés créent à l'insu de leurs employeurs. Ils peuvent aussi être perçus comme des atteintes à l'intégrité des entreprises médiatiques auxquelles les animateurs appartiennent, voire même entraîner des conflits d'intérêts entre l'entreprise et le journaliste (Toolan, 2003).

Des créations éphémères ? Les *weblogs* d'information ne sont pas tous destinés à une publication d'actualité. L'un des premiers *weblogs* tenu par un journaliste au Québec, ce qui a d'ailleurs popularisé le phénomène dans la province, était un site ouvert lors d'un conflit de travail à la Société de radio-télévision canadienne (la SRC), en 2002[69]. L'animateur du site publiait les dernières nouvelles du conflit en tentant de respecter les versions des employés et celles des patrons, les employés pouvant aussi s'exprimer dans les espaces de commentaires.

---

[67] http://time.blogs.com/

[68] Plusieurs initiatives sont cependant en cours. Ainsi, les rédacteurs en chef du monde entier ont, depuis mars 2004, un espace de conversation et d'échanges sur Internet sous forme d'un *weblog*, idée conduite par l'association mondiale des rédacteurs en chef afin que ces derniers puissent échanger sur leurs problèmes professionnels (Lesblogs.com, 2004).

[69] Les archives sont toujours en ligne à cette adresse : http://blogue-out.com/lockout/

Le site a ensuite été fermé à la fin du conflit. Ce caractère ponctuel de la création d'un site pourrait être une marque de fabrique de certains *weblogs*. En 2003, le phénomène des *warblogs*, ces sites créés à l'occasion de la guerre en Irak, a rapidement laissé place à l'actualité et notamment à la pneumonie atypique (de la fin de l'hiver 2003), puis aux élections présidentielles américaines (en 2003-2004). Dans la même veine, le quotidien français *Libération* a lui aussi créé des *weblogs* sur les élections américaines et même un *weblog* spécialisé et éphémère sur l'édition 2004 du festival de Cannes[70]. Le site se présente sous la forme de notes publiées plusieurs fois par jour, par ordre chronologique inversé. Le journaliste y retrace ses impressions, ses coups de cœur, etc. sous la forme d'articles plus ou moins longs au travers desquels transparaissent la personnalité, les souvenirs, les goûts du journaliste[71]. Évidemment, ce caractère éphémère est l'une des caractéristiques de l'auto-publication en ligne, les animateurs produisent leurs sites souvent sur leur temps de loisir, à titre bénévole, et selon leurs passions et intérêts. Finalement, beaucoup de sites s'éteignent d'eux-mêmes, après le plus fort du conflit ou de l'événement, jouant d'ailleurs le même jeu que les sites ou émissions des médias traditionnels spécialisés sur l'actualité immédiate. De fait, la mise à jour de ces sites repose sur la 'passion' de son responsable. Ils peuvent donc continuer à être mis à jour tant que l'intérêt de celui-ci ne s'émousse pas (Glaser, 2003b).

Tous les discours qui circulent sur l'évolution du phénomène des *weblogs* ne doivent pas masquer sa fragilité. Les pages personnelles ont représenté, en leur temps, un changement considérable dans l'acte de publication (Coates, 2003)[72]. Les sites d'auto-publication, en tant que forme 'améliorée' de pages personnelles, tels que les *weblogs*, pourraient eux-aussi tomber rapidement en désuétude. D'autant que les initiatives relèvent souvent du bénévolat, de la passion des animateurs. Pour l'instant, aucun modèle économique rentable n'a pu être mis en place. Quelques journalistes parviennent à retirer un peu d'argent de la production de leurs sites, mais les montants sont encore limités (Reynolds, 2003, p. 81). De toute façon, telle n'est pas la question de fond. Le phénomène questionne bien plus la définition du journalisme et la capacité des journalistes à conserver leur emprise sur cette définition. Une emprise qui, dans un cas comme celui de l'auto-publication, paraît bien fragile.

Weblogs d'actualité : débat sur la nature de la pratique

De nombreux discours estiment que l'auto-publication d'information d'actualité questionne les pratiques journalistiques, notamment aux États-Unis, car les sites ont tendance à déconstruire la couverture de l'actualité, à diffuser des opinions, et parfois même des scoops. L'auto-publication apparaît aussi comme l'antithèse du journalisme traditionnel, au motif qu'elle repose sur l'absence d'édition et entraîne souvent la diffusion d'opinions non fondées, sporadiques et personnelles (Palser, 2002). Les débats autour de la nature de la pratique des *weblogs* d'actualité, - Est-ce du journalisme ? De l'amateurisme ? Ou tout autre chose… -

---

[70] Le site s'intitule *Sur l'air de la croisette. Carnet de bord du 57ème festival de Cannes* et est tenu par le journaliste Antoine de Baecque (http://liberationcinema.typepad.com/).

[71] C'est ainsi que le journaliste écrit, le 17 mai 2004, sur son site : " Désormais, circule à Libé une image très compromettante: on m'y voit, sérieux comme un pape, avec des oreilles vertes de Shrek, l'ogre vert pétomane. J'ai hérité de ce 'cadeau' samedi en fin d'après midi sur la Croisette, à deux pas du Palais, juste avant la montée des marches, délirantes, de l'équipe du film, c'est à dire des 'voix' des personnages: Eddy Murphy au bras d'une sculpturale panthère noire, Angelina Jolie, ou Antonio Banderas qui double la nouveauté de cette suite, le chat botté ". (http://liberationcinema.typepad.com/cannes/2004/05/avec_des_oreill.html). Cet extrait ne veut pas dire que l'écriture sur un *weblog* transforme les pratiques habituelles de ce journaliste de *Libération*, mais elle offre à tout le moins un nouvel espace d'expression.

[72] Sur les pages personnelles, voir Guillaud (2004).

sont donc vifs. L'auto-publication, vue comme une pratique relevant du journalisme, a ses défenseurs. Certains estiment que les *weblogs* représentent un nouveau modèle de journalisme qui rendrait obsolètes les pratiques de nombreux journalistes (Hiler, 2001), qu'ils relèvent d'un journalisme personnel (Lasica, 2002a). Mais, pour d'autres qui pensent que le reportage – original – est au cœur de la pratique du journalisme, la vaste majorité des *weblogs* ne peut prétendre appartenir au milieu. D'autant que la majorité des *weblogs* se contente de commenter des sources d'information, (commentaires qui s'apparentent aux lettres envoyées aux salles de rédaction) et ignore la pratique du reportage (Blood, 2003, p. 61).

Certains commentateurs et participants au phénomène ont cependant commencé à parler de journalisme participatif (*participatory journalism*), de journalisme open-source, ou encore de média personnel à propos des *weblogs* d'actualité (Lasica, 2003a, 2003b). Cette idée s'ancre dans le fait que des gens 'ordinaires' ont commencé à publier en ligne et à diffuser des nouvelles d'actualité. Le phénomène de 'participation' est aussi perceptible dans la publication des propos des internautes/lecteurs[73], une pratique révélant un partenariat entre animateurs de sites et lectorat dans la diffusion de la nouvelle. L'importance de l'auditoire de certains *weblogs* et de son impact sur le contenu semblent attester de l'émergence d'un nouveau type de journalisme. Ce 'journalisme participatif' serait caractérisé par la capacité des animateurs de *Swapie* à prendre en compte les commentaires, les critiques et les informations diffusés par le lectorat.

Le débat sur la nature journalistique du phénomène des *weblogs* a pénétré les établissements d'enseignements du journalisme. Certains étudiants en journalisme ont la possibilité de suivre des cours sur la pratique de l'auto-publication. Dans le cadre de cours sur le journalisme en ligne, de nombreuses universités, notamment aux États-Unis, utilisent les *weblogs* pour enseigner le journalisme à leurs étudiants. L'Université de Californie du sud et notamment la *Annenberg school for communication* a créé un *weblog* comme outil d'enseignement qui permet aux étudiants de publier des nouvelles sur des sujets particuliers[74] (Pryor, 2003, p. 97). En Europe, de nombreux séminaires commencent à se donner dans les cursus touchant au journalisme[75], mais aussi à l'éducation ou au marketing[76], certaines promotions d'étudiants se lancent aussi dans l'auto-publication[77].

Mais le débat porte finalement moins sur la nature journalistique des *weblogs* que sur les statuts de leurs animateurs (Poynter forums, 2002). De nombreux animateurs de sites ne se reconnaissent d'ailleurs pas comme journalistes et revendiquent au contraire un statut à part. Ils estiment faire œuvre de diffusion d'information, mais, pour beaucoup, le journalisme est " *one thing they are blogging against* " (Rosen, 2004). Ils se revendiquent davantage comme des contradicteurs ou 'opposants' aux médias de masse ou encore comme des éditeurs, des personnes qui filtrent et agencent des informations avec un style et une personnalité différents, assurés qu'ils sont d'être devenus, à présent, leurs propres éditeurs (Msifry, 2004).

---

[73] Dan Gillmor, éditeur d'un *weblog* et chroniqueur nouvelles technologies pour le *San Jose Mercury news*, rédige d'ailleurs un livre à ce sujet avec la collaboration de ses internautes/lecteurs. Le livre est intitulé " Making the news " et les notes du journaliste sont disponibles à cette adresse :
http://weblog.siliconvalley.com/column/dangillmor/archives/000924.shtml#000924

[74] Le site baptisé l'OJC est en ligne à cette adresse : http://www.onlinejournalism.com

[75] Voir à ce sujet le *weblog* d'un professeur de l'École supérieure de journalisme de Lille : *Journalistes sur toile* (http://chryde.typepad.com/journaliste/).

[76] À ce sujet, voir le *weblog* de l'École supérieure de commerce de Pau : http://www.esc-pau.fr/weblog/

[77] À titre d'exemple, la promotion de la Licence professionnelle en journalisme de l'IUT Lannion a alimenté son propre *weblog* en 2004. (http://u-blog.net/lplannion).

Certains indices indiquent cependant une possibilité d'évolution de l'auto-publication vers une forme de reconnaissance officielle. L'animateur d'un site d'auto-publication d'information politique[78], sans s'être présenté comme journaliste, a ainsi réussi à obtenir, puis à diffuser sur son site un entretien avec un des conseillers principaux de Georges Bush ; un autre animateur d'un site célèbre[79] a été invité à voyager avec Howard Dean pendant sa tournée électorale (Kiely, 2003). Aux États-Unis, la convention nationale des démocrates a ainsi autorisé les animateurs de *weblogs* à demander une accréditation pour cet événement de l'été 2004. Cela n'a d'ailleurs pas enthousiasmé *the house of representatives press gallery*, qui assurait initialement la délivrance des accréditations, car elle ne reconnaît pas les *weblogs* comme des médias (Weiss, 2004).

Une extension du journalisme ?

L'observation des *weblogs* d'information d'actualité met clairement en évidence que le terme de professionnel de l'information tend à s'effacer au profit de catégories plurielles qui recoupent l'amateurisme, le militantisme, l'engagement personnel et qui, surtout, ne renvoient pas, principalement, à un cadre organisationnel pré-établi, mais bien à une pratique individuelle ou collective de participation à l'espace public.
Cette participation s'inscrit dans une certaine confusion des statuts. Le public des *weblogs*, composé d'internautes, d'animateurs de sites, de médias traditionnels, etc., devient tour à tour lecteur, source, commentateur, critique, auteur, animateur, etc. L'élargissement de la notion de sources est à la base de la publication d'information d'actualité sur les *weblogs* ; les traces des discours des sources, propos rapportés ou diffusés directement, sont nombreuses. La réactivité à la diffusion d'information est d'autant plus importante qu'elle relève de la volonté des animateurs de *weblogs* d'asseoir leur légitimité, mais aussi des tentatives du lectorat (sources, pairs et publics) de baliser les pratiques des animateurs de *weblogs*, par une double sanction : la critique diffusée directement sur le site ou l'arrêt de la consultation du site, et l'on sait qu'une diminution de la consultation des sites entraîne souvent la disparition de celui-ci à moyen terme.
C'est à ce titre que les *weblogs* d'actualité participent au débat sur la transformation actuelle du journalisme. Ils questionnent ses insuffisances, ses dysfonctionnements, tout en maintenant l'illusion de leur différence, car ils se retrouvent, au final, au cœur des mêmes questions de légitimité, de définition de soi et de sa pratique. D'autant qu'ils sont, au contraire de certaines nouvelles formes de journalisme (les quotidiens gratuits d'information, par exemple[80]), beaucoup plus proches d'un certain journalisme d'opinion, que d'une diffusion neutre et plus centrée sur les faits. Ils rejoignent, par ailleurs, certaines conceptions rattachées davantage à l'intérêt des conversations informelles, à l'égalitarisme, à la subjectivité des points de vue et à l'écriture 'colorée' et qui s'écartent des notions de profits, de contrôle central, d'objectivité et de parole filtrée (Lasica, 2003c, p. 71).

En guise de conclusion, ou plutôt d'ouverture finale, nous souhaiterions insister sur les points suivants.
En premier lieu, les résultats consignés semblent annoncer, si les tendances observées se pérennisent dans les années qui viennent, des *mutations substantielles* dans le statut et l'identité des producteurs et diffuseurs d'information. Ils contrastent donc singulièrement avec

---

[78] http://www.gopusa.com/
[79] http://www.dailykos.com/
[80] Voir à ce sujet, le chapitre de cet ouvrage sur les quotidiens gratuits (Augey, Lipani Vaissade, Ruellan & Utard).

ceux, marqués par une prudence épistémologique, issus des travaux du groupe de chercheurs de notre précédent programme portant sur la presse régionale en ligne. Jean-Michel Utard écrivait ainsi en 2002 : “ *pour l'instant, l'offre de presse-en ligne ne dépasse pas le transfert sur le réseau de la version papier. A peu de choses près, la production de l'information ne s'inscrit pas dans les logiques du nouveau support et n'en explore pas les potentialités. Cet état de fait est aggravé par les difficultés à trouver un modèle économique qui permettrait la métamorphose de l'offre* ” (Utard, 2002, p. 21). Les chercheurs du groupe remarquaient que, au mieux, le “ journalisme en-ligne ” évoluait vers une activité sédentaire et bureaucratique d'expertise documentaire ; au pire, vers une fonction marginale de “ pousseur ” de contenus dont il ne maîtrisait plus les tenants et aboutissants. Deux ans après, ce constat concernant essentiellement les sites mis en ligne par les entreprises de presse (plus particulièrement les médias régionaux) demeure, à quelques exceptions près s'appuyant sur un modèle économique *ad hoc* (Augey, 2001), globalement valide. Ceci posé, dès le précédent programme, certains chercheurs, à l'image de Franck Rebillard (2002), s'étaient plus particulièrement penchés sur le cas des *webzines* et *e-zines*, dont les pratiques paraissaient plus novatrices que celles des sites d'entreprises de presse.
Notre hypothèse, posée en regard des *swapie*, a alors proposé que les transformations contemporaines du journalisme gagneraient à être observées “ de l'extérieur ”, aux marges de la profession. Elle révèle d'ailleurs, comme le montrent les trois parties qui précèdent, des changements plus profonds que ceux observés dans la presse en ligne plus traditionnelle.
Au niveau des relations aux sources, aux producteurs et aux publics, les *swapie* observés génèrent ainsi des pratiques sociodiscursives tentant de se démarquer du modèle des médias de masse. Cette volonté de démarcation (que l'on retrouve parfois davantage dans le discours des animateurs que dans leurs productions effectives) affecte les objets (les sujets débattus par les *swapie* ne correspondent pas nécessairement à ceux qui figurent dans l'agenda des mass médias), les types d'énonciation (dans le cas des *swapie* : valorisation de la signature personnelle, modes spécifiques de collecte de l'information, usage d'outils originaux au pouvoir formatant…), et les stratégies (celles de nombreux *swapie* se veulent précisément alternatives à celles des mass médias). Revenons sur deux traits essentiels concernant le mode l'écriture et la technique de navigation. Le premier renvoie à l'usage souvent intensif que font les *swapie* du lien hypertexte, dont Jean-Michel Utard (2001b) avait bien montré qu'il constituait en quelque sorte le “ parent pauvre ” de la presse en ligne. Citer les autres en cherchant à être référencé par eux autant que possible, éviter la sensation de fermeture engendrée par certains portails de la presse en ligne sont perçus comme autant de signes d'appartenance et de reconnaissance-légitimation par les autres animateurs.
Favoriser une circulation intuitive et aléatoire de l'information en fonction du principe de sérendipité (*cf* supra) constitue un second trait remarquable des *swapie* qui les démarque des entreprises de presse, même en ligne. Se distinguent tout d'abord les techniques d'approvisionnement (on sort du circuit bien balisé par les machines médiatiques, en particulier les agences de presse), mais aussi de sélection, de hiérarchisation et de présentation au public de l'information. Ce constat perd un peu de sa pertinence dans les cas où les animateurs sont des professionnels du journalisme, qui tendent parfois à importer leurs formats et modes de fonctionnement dans l'univers des *weblogs*. Mais il ne doit pas masquer la volonté de nombreux animateurs de *swapie* de proposer aux lecteurs des parcours informationnels moins formatés que ceux mis en place sur Internet par les médias de masse.

Au total, si notre groupe avait mis en évidence une “ révolution manquée ” dans son étude de la presse en ligne (voir notamment Pélissier, 2002 et 2003), cette contribution doit-elle conclure à une “ transformation réussie ” dans le cas des *swapie* ? Si l'on se réfère au modèle de Charron et De Bonville (1997), il serait tentant de voir dans les *swapie*, soit un retour en

force du paradigme du journalisme d'opinion (Voir Jeanne-Perrier *et al,* 2004) eu égard au succès de genres expressifs tels que le billet ou la chronique, soit une illustration de la thèse défendue par ces mêmes auteurs de l'avènement d'un journalisme centré sur la communication (survalorisation de la fonction phatique et méta-langagière, identité plurielle, voire " fractale " de la communauté des animateurs…).
Si l'on se réfère à la dispersion de la formation discursive, on statuera sur la cohabitation des modalités. Cette coexistence, plus ou moins pacifique, se retrouve bien dans le phénomène des *swapie,* qui mélangent à loisir, sans que cela soit nécessairement l'effet une stratégie délibérée, des formes et formats relevant de l'information, de l'opinion et de la communication. D'autre part, l'univers des *swapie*, même dans le cas des *weblogs* d'actualité et autres *warblogs*, se situe plutôt aux marges, voire à l'extérieur de la sphère professionnelle. Ceci confirme le fait que la sociodiscursivité journalistique relève aussi d'une dynamique sociétale et pas seulement professionnelle. Loin de se limiter à l'activité des producteurs, elle inclut nécessairement la richesse et la complexité des interactions entre ces producteurs, leurs sources et leurs publics. Comme l'avait déjà montré, dès 1993, Denis Ruellan, le journalisme ne peut en aucun cas être confiné dans un espace professionnel normatif et clos sur lui-même.
Au vu de ce qui précède, évoquer des transformations radicales dans le cas des *swapie*, nous paraît périlleux. Le caractère flou et dispersé du journalisme en fait une pratique en réinvention permanente, qui rend peu probable l'idée même de l'existence de " grandes ruptures ", dans son noyau dur professionnel comme dans ses périphéries. Nous l'avons vérifié dans le cas de la presse en ligne, en montrant notamment qu'Internet agissait moins comme moteur que comme révélateur de transformations plus profondes du journalisme contemporain (Pélissier et alii, in Le Bœuf, 2003). Dans celui des *swapie*, on constate aussi que le caractère " révolutionnaire " des discours de certains acteurs est parfois démenti par des pratiques moins audacieuses qu'il n'y paraît.

Du point de vue de l'objet principal de cet ouvrage, les genres et leurs (éventuelles) créations et transformations, nous faisons un double constat. Si nous avons considéré le *swapie* comme un genre en soi, nous avons aussi noté comment les *swapie* revisitent des genres déjà stabilisés.
À titre d'exemple, on peut observer l'utilisation du portrait, de la critique ou de la chronique, genres issus de la littérature et de la presse d'opinion, mais réinventés par des auteurs dont l'écriture apparaît structurée par d'autres imaginaires contemporains, en particulier celui de la technologie. Dans le cas du portrait étudié en deuxième partie, il a été montré les similitudes, mais aussi les différences entre l'idéal-type qu'en donne la théorie littéraire et le produit, défini par extension, que l'on retrouve sur nombre de *swapie*. Une autre illustration de ce phénomène est le retour spectaculaire, sur certains sites, d'un genre dixneuviémiste que l'on croyait oublié : celui du feuilleton. Sauf qu'il s'agit ici de genres plus intimistes mettant en scène des auteurs racontant ou imaginant leurs propres aventures (principe de l'autofiction, déjà évoqué), en fonction d'une périodicité régulière mais aussi irrégulière, et dans un cadre narratif souvent éclaté, en fonction des parcours et sous influence du contexte du moment.
On assiste aussi à l'interpénétration de genres journalistiques d'information et d'opinion : le billet et la brève, par exemple, condensés au sein d'un même *post*.
Si certains *swapie* ont délibérément choisi de se spécialiser sur un créneau bien déterminé (le reportage en direct, l'investigation, la satire, la discussion critique, l'intimisme…), un nombre non négligeable d'entre eux affichent un profil généraliste les conduisant à mêler ces différents registres au sein d'un même produit éditorial (voir le site " *emmanuelle.net* ", à cet égard exemplaire).
Enfin, les *swapie* consacrent également une tendance à la diversification des matériaux informatifs : en témoigne le recours croissant des animateurs aux photos et vidéos (l'usage du

son demeurant plus discret). Par rapport aux médias de masse, les images y sont souvent plus brutes, floues ; les répertoires d'action sont davantage ceux de la collection, du témoignage ou de l'administration de la preuve… Mais l'amateurisme et le professionnalisme co-existent parfois, notamment dans le cas très particulier des *warblogs* d'actualité (par exemple le *photolog* de Jim Lowney, photojournaliste américain indépendant). Cette tendance risque d'ailleurs d'être renforcée dans les années à venir par le fait que les grandes agences de presse et de photographies se montrent de plus en plus intéressées par les photos disponibles[81], parfois gratuitement, sur les sites d'amateurs et/ou professionnels indépendants.

Du point de vue des pratiques et des acteurs, la " *blogosphère* " nous paraît révéler un fort potentiel heuristique pour la recherche en sciences humaines et sociales. Son caractère volatil, réticulaire, récursif et paradoxal incite le chercheur à faire preuve à la fois de prudence et d'audace s'il veut rendre compte de façon pertinente des transformations en cours. La méthodologie proposée dans la première partie, originale dans sa conception et son évolution, n'est qu'une première piste, qui gagnera à être complétée par d'autres, encore affinées. L'objectif étant de remonter par induction tous les fils d'Ariane que les animateurs de *swapie* ont laissé sur notre chemin et ont tissé entre eux. Seul ce dévoilement progressif et nécessairement lacunaire nous permettra, peu à peu, de mieux comprendre un phénomène que certains cherchent déjà à analyser pour mieux le contrôler.

Mais encore faut-il que le phénomène se pérennise pour susciter davantage l'intérêt des chercheurs, à ce jour encore peu nombreux, surtout en France, à se pencher sur cet objet. D'un côté, les *weblogs*, en particulier ceux qui touchent à l'actualité, semblent poursuivre leur essor (voir les études citées en début de première partie), même si certains commentateurs parient sur un rapide essoufflement (Su, 2004)… qui reste encore à prouver. Ils deviennent par ailleurs de plus en plus visibles et accessibles à un public élargi, du fait notamment de la médiatisation de certains d'entre eux (ces derniers temps, les *weblogs* de campagne électorale aux États-Unis) et de leur utilisation croissante par les leaders d'opinion (Martin, 2004) (en France : André Santini ou Dominique Strauss-Kahn, par exemple), toujours en quête de nouvelles prothèses électroniques pour pallier la crise de la démocratie représentative.

D'un autre côté, l'une des caractéristiques les plus prégnantes de la *blogosphère* demeure son aspect éphémère et instable. Ainsi, la durée de vie de nombreux sites n'excède pas les quelques mois, voire les quelques semaines (voir notamment les *swapie* exclusivement dédiés à la couverture d'un événement d'actualité : guerre, procès, élection, festival…). Sur certains méta-sites d'hébergement, à l'image de Skyblog, fréquentés par une population plus jeune valorisant l'expression spontanée, cette durée peut même se réduire à quelques jours, voire quelques heures. Il est vrai que l'animateur détient une sorte de contrôle exclusif sur son " produit ", ce qui lui confère un pouvoir absolu, à la fois fascinant et problématique sur sa " création ".

Tous les jours, à toute heure, des *weblogs* apparaissent et disparaissent, le plus souvent dans l'indifférence. Certes, le nombre des créations semble pour le moment supérieur à celui des disparitions. Mais les sites d'auto-publication, en particulier lorsqu'ils revendiquent une mission de médias alternatifs d'un nouveau genre, se trouvent vite confrontés aux problèmes rencontrés par des médias alternatifs plus anciens : comment maintenir en continu un engagement public militant lorsqu'on exerce parallèlement d'autres activités (parfois contradictoires) ? Et si l'on souhaite vivre de cet engagement, quel modèle économique optimal mettre en place ?

---

[81] C'était d'ailleurs l'un des thèmes les plus discutés lors du colloque " Vers une disparition du journalisme ? ", qui s'est tenu les 2-3 septembre 2004 lors de la XVI° Edition du Festival International du Photojournalisme à Perpignan.

Certains *weblogs* qui se sont lancés sur la voie de la spécialisation et de l'expertise tentent désormais de rentabiliser leur activité par le recours à des publicités ciblées. En France, l'entreprise *U-blog*, rachetée en 2004 par la société américaine *Six Apart*, s'est engagée récemment sur cette voie, qui demeure toutefois peu explorée. Aux États-Unis, de plus en plus de *weblogs* communautaires utilisent les techniques de *nano publishing* en proposant une information spécialisée en résonance avec les besoins de leurs principaux annonceurs (Martin, 2004). Notons aussi que l'industrie des moteurs de recherche (voir Ertzscheid et Gallezot, 2004) progresse dans le sens d'une modélisation de plus en plus fine des processus de cheminement par sérendipité. En d'autres termes, les animateurs qui maîtrisent le mieux les systèmes de référencement, ceux qui se font héberger par des grands moteurs ou ceux qui se font citer par des médias plus classiques ont probablement davantage de chances de se trouver " sur la route " d'autres animateurs de sites que ceux qui entendent demeurer plus " indépendants " ou " artisanaux ". Le temps de la " récupération " par les industries des médias et de la communication serait-il déjà arrivé ?

Rien n'est moins sûr. Comme pour la presse en ligne, et avec davantage d'acuité, la question cruciale de la rentabilisation de l'activité éditoriale, gage de pérennité, demeure en suspens, telle une épée de Damoclès, pour les pionniers qui s'engagent désormais dans cette aventure risquée. Et il est difficile de voir dans les quelques initiatives prises en ce sens, par les grandes organisations publiques et privées et leurs représentants les plus notoires, l'émergence d'une nouvelle industrie culturelle profitable, voire prédatrice de l'espace public.

À ce jour, l'univers des *swapie* nous semble, bon gré mal gré, marqué par le sceau de l'essayisme et de l'expérimentation, qui renvoient aux mondes des arts et de la science. Un maître-mot revient d'ailleurs souvent, celui de *créativité* ; comme si l'on assistait à un gigantesque *happening* à l'échelle planétaire, fait précisément pour ne pas durer mais offrant la possibilité à chacun, durant quelques instants volés à un temps qui passe de plus en plus vite, de faire converger vers lui les regards du monde. Gageons que cette vague de créativité débridée et hybridée ne manquera pas de redéfinir les fondamentaux d'une identité professionnelle journalistique… qui en a vu passer bien d'autres, les intégrant ou non à son profit.